revista del
consumidor
No. 55
SEPTIEMBRE DE 1981
informa, capacita y orienta
VEINTE PESOS
UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Regreso a clases: no por mucho gastar aprovechan más el año

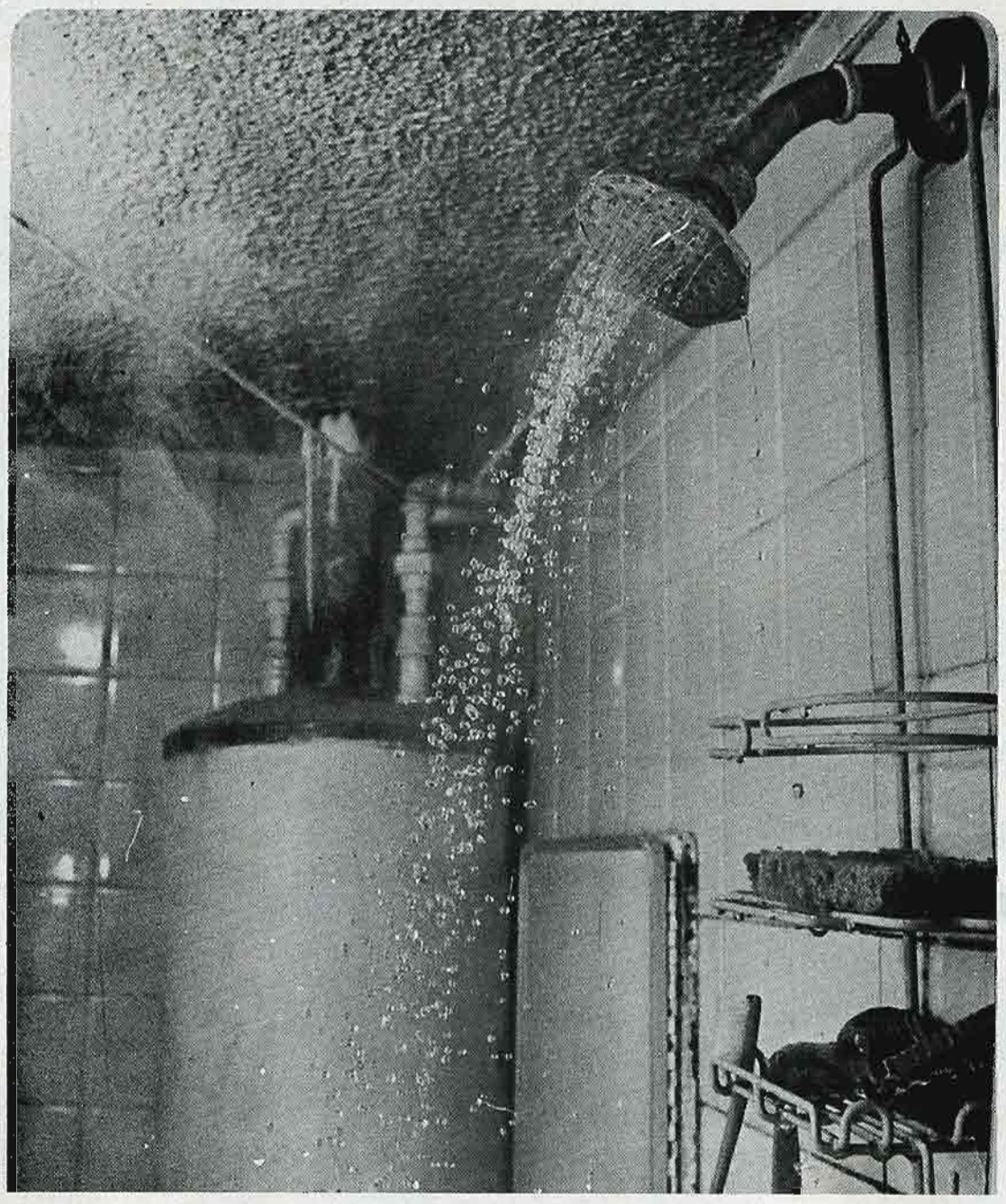
Talleres automotrices: entre la incompetencia y el abuso

Cómo se consume en Oaxaca

Estudio comparativo: plumines, bolígrafos y marcadores

FOTO DENUNCIA

Por favor, cierre esa llave



¿Usted también pone a funcionar la regadera cinco minutos antes de bañarse, "para que el agua se vaya calentando"?
¡Por favor, no lo haga! En esos cinco minutos usted estará derrochando muchos litros de agua. Pero además, estará desperdiciando el gas que se requiere para calentar el agua. Y por si no lo tomó en cuenta, se lo recordamos: el gas es petróleo. Ese mismo petróleo que se transforma en recursos para mejorar el nivel de vida de nuestro pueblo.

Cerremos la llave, para que el petróleo no se escape por las coladeras.

No por mucho gastar aprovechan más el año

Es verdad aceptada universalmente que en la escuela se aprenden aquellos conocimientos que permiten integrarse a la sociedad. ¿Pero qué pasa cuando además de aprender aritmética o historia se vive de cerca el consumismo? Es el riesgo que se corre cuando el uniforme se convierte en uno más de los negocios del plantel; cuando ciertos festejos como el día de las madres o del maestro son celebrados con regalos; cuando la cooperativa atiborra de frituras, refrescos y pastelillos a los alumnos y cuando padres y maestros hacen caso omiso de la lista de útiles suficientes de la SEP y de la información comparativa de precios.

Según datos de la Subdirección Técnica del INCO, en unos días más entrarán a clases cerca de 15 millones de alumnos en toda la República. Esto implica un gasto importante para los padres de familia, principalmente en lo que se refiere a útiles y uniformes escolares.

Tan sólo en el renglón de útiles y considerando únicamente aquellos que aparecen en las listas de la SEP, se estima que los paterfamilias desembolsarán un total de 1,814 millones de pesos. Sin embargo, es de suponer que la cifra será más elevada debido a que muchos de los 400 mil maestros que existen en el país pedirán —o exigirán— más útiles de los necesarios.

"Yo no sé porqué piden tantas cosas —se queja Beatriz García que está próxima a iniciar el 4° año en la escuela Bertha Von Glummer—, **nada más nos hacen cargar libros y cuadernos que nunca usamos. Yo creo que con unos cuantos cuadernos y los libros de la Secretaría estaría bien".**

La queja es generalizada, pues los niños protestan por cargar de más y los padres no ven con agrado gastar en útiles que nunca se usan. Y es im-

La torta y la cantimplora con agua de frutas, una vieja tradición que merece cultivarse

portante señalar que en el próximo ciclo la SEP repartirá casi 72 millones de libros de texto gratuitos para los alumnos y 3.5 millones de textos para los maestros con un valor total aproximado de 3 mil millones de pesos.

De ahí la importancia de que padres y maestros se apeguen a las listas de útiles escolares que cada año difunde el Consejo Nacional Técnico de la Educación (ver Cartel Central en esta misma edición). De apegarse a las listas, este año cada alumno gastaría un promedio de 121 pesos en este rubro, señala la mencionada Subdirección Técnica.

Otro aspecto importante para no gastar de más consiste en cuidar aquellos útiles que pueden servir en varias ocasiones, como los lápices, lápices de colores, tijeras, reglas, juegos de geometría, bolígrafos, mochilas y hasta algunos cuadernos.

Para ello es recomendable no arrancar las hojas de los cuadernos, ni quitarles las espirales o rayarlos; asimismo, no morder los lápices ni quitarles la goma o la punta; e igualmente evitar pisar la mochila, aventarla o guardar comida que pueda ensuciarla.

Un gasto que no es uniforme

Pero quizá donde la situación es más caótica a la hora de regresar a clases es en lo que se refiere a los uniformes.

Los estilos —y precios— son variados: elegante pantalón gris, camisa blanca con filos azules y calcetines y suéter azul marino para los alumnos de la Héroes de la Libertad; falda o pantalón café, blusa blanca y suéter café para la Robert Koch; pantalón gris oxford para la escuela Inglesa o pantalón verde o falda de cuadros escocesa del Manchester, son sólo algunos ejemplos del polifacético vestuario. Casi podría decirse que existen tantos uniformes como escuelas.

Al respecto, la licenciada Karina Pérez Alba, directora del Colegio Manchester, señala que **"el uniforme es una ropa de trabajo que permite que no haya diferencias entre niños de clase alta y de clase baja"**

Sin embargo, el gasto que esta ropa de trabajo representa cada año, aunado con los útiles escolares, es aproximadamente de 9 a 10 millones de pesos, de acuerdo con datos del Consejo Nacional Técnico de la Educación, Conampros y otros organismos.

El licenciado José Jesús Ramírez Anzaldúa, subdirector de Planeación en Conampros (Consejo Nacional Mixto de Protección al Salario), estima que un trabajador mexicano con un sueldo promedio de 8,500 pesos y con dos hijos en edad escolar —uno en primaria y otro en secundaria— puede llegar a gastar cerca de 1,550 pesos en útiles y uniformes, casi un 18 por ciento de uno de sus ingresos mensuales.

Platicando con la señora Ana de Gilbert, propietaria de Uniformes Gilbert, supimos que, por ejemplo, el vestido azul marino del Miguel Angel cuesta 400 pesos, la bata blanca 300, el delantal 150 y el suéter con el escudo 300 pesos. **"Vendemos uniformes de primaria**

ALGUNOS PRECIOS

Con el fin de orientar a la población consumidora, la Subdirección Técnica del INCO investigó los precios de los principales útiles y uniformes escolares. Ante la imposibilidad de reproducir la totalidad de los artículos investigados, publicamos algunos de ellos:

Uniformes (primaria): (en pesos)

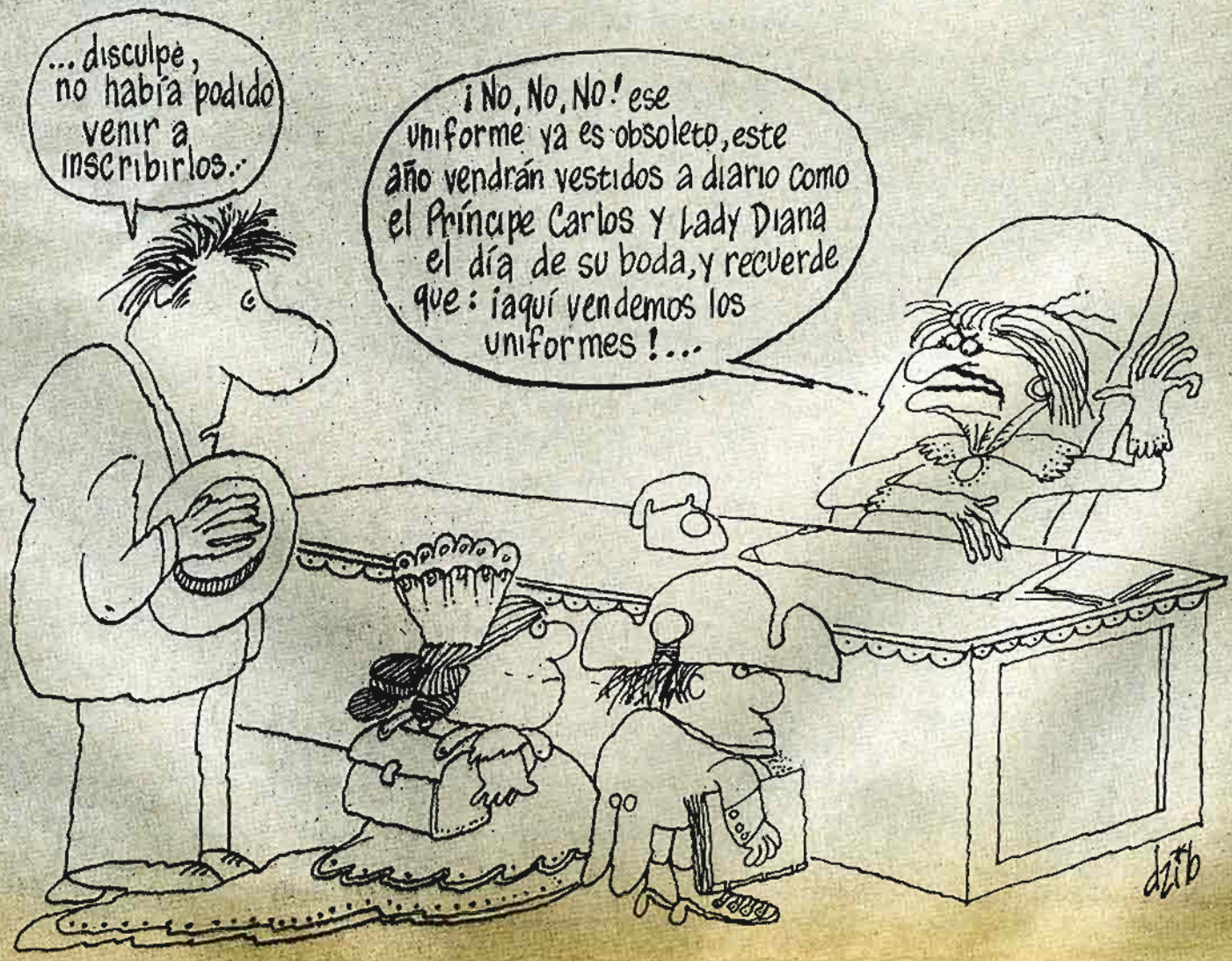
Diario, niños:	Precio mínimo	máximo	promedio
Suéter	224	233	228.50
Camisa	135	157	146
Pantalón	326	329	327.50
Zapatos	210	560	395
Deportivo, niños:			
Pantalón blanco	329	295	312
Tenis blanco	173	609	391
Short blanco	65	67	66
Playera blanca	30	60	45
Calcetas blancas	30	35	32.50
Diario, niñas:			
Suéter	275	290	282.50
Blusa	185	189	187
Falda	375	389	382
Zapatos	200	560	380
Deportivo, niñas:			
Falda blanca	315	339	327
Tenis blanco	173	609	391
Short blanco	97	120	108.50
Playera blanca	30	60	45
Calcetas blancas	49	52	50.50

Utiles (en pesos):

— Cuaderno Scribe. Engrapado, clásico, forma italiana en sus diferentes presentaciones (rayado, etc.).50 hojas	7.40
— Cuaderno Scribe. Espiral, clásico, forma italiana en sus diferentes presentaciones, 100 hojas	16.50
— Block Stilo. Tamaño carta, 80 hojas	25.00
— Lápices Mercurio (5 grados), paquete de 3	6.90
— Lápices de colores Escolar largos, paquete con 12	17.40
— Juego de geometría Baco, con 5 piezas (transportador chico)	15.90
— Plastilina Vinci, Escolar marqueta de colores, 10 barras	5.90
— Boligrafo Wearever 657-Y mediano	2.60
— Crayones Carmen C-1800-6, caja con 6	8.80
— Pegamento Resistol Elefante	6.95
— Tijeras Escolar, con protección de plástico	6.00
— Diccionario Mundo Hispano	28.35

Es importante señalar que estos precios corresponden al mes de julio de 1981, por lo cual le recomendamos estar pendiente de las Transparencias de Precios que oportunamente publicará el INCO, así como llamar al 568-87-22 donde se le informarán los precios de útiles escolares en diferentes estal le recomendamos estar pendiente Transparencias de Pre

(Subdirección Técnica INCO)



—afirma— **pero sólo de escuelas privadas. Aquí vienen los Comités de Padres de Familia y escogen el uniforme que más les conviene".**

Otra vendedora de uniformes, Martha Matuk, propietaria de El Triunfo, apunta que **"el año pasado en la temporada alta vendíamos de 200 a 300 uniformes diarios".** En cuanto a los precios, comenta que **"los pantaloncitos que en 1980 costaban 120 pesos, ahora costarán 160".**

¿Necesidad o negocio?

Por su parte, la directora del colegio Walden Dos, María Elisa Barajas Jiménez, opina: **"Desde mi punto de vista el uniforme es un gasto consumista: hay señoras que se dedican a venderlo y les va muy bien; en una ocasión escuché que una de ellas decía que con las ventas de dos meses** —agosto y septiembre— **tiene para vivir todo el año. Hay convenios entre las escuelas y las casas de uniformes, pero por supuesto las escuelas no lo dicen".**

Uniformes escolares: uno de los ángulos consumistas de muchos colegios

En el colegio Walden Dos no hay uniforme; **"solamente para deportes se usa un short, unos tenis y una camisa, pero por comodidad pues pueden traer lo que quieran",** apunta la maestra Barajas. Y añade que **"algunos directores argumentan que instituyen el uniforme para no hacer diferencias de clases sociales, pero yo creo que es absurdo pues la diferencia está marcada desde el momento en que se paga una colegiatura".**

Otras opiniones apuntan que el uniforme es perjudicial, desde el punto de vista pedagógico, cuando es una imposición para los niños donde sólo se manipulan intereses económicos de la escuela. **"Esto** —precisa María de Jesús Turbay, licenciada en Educación Primaria— **puede dañar la personalidad del niño; son alumnos que se vuelven rebeldes usando el uniforme, no lo traen completo y se lo quitan en cuanto salen de la escuela".** Agrega que cuando el uniforme es pretexto para ganar dinero **"se pierde todo el sentido educativo que pudiera tener. Y es claro que muchas escuelas se encargan ellas mismas de venderlo".**

Algo parecido sostiene el pedagogo Humberto Pliego, diputado por el PPS, para quien el uniforme es lo más adecuado **"siempre y cuando no tenga exigencias extrañas como comprarlo en la escuela, en ciertas tiendas o que sea de determinada tela".**

VOLVAMOS A LOS VIEJOS CAMINOS

Al margen del gasto en útiles y uniformes, y de las celebraciones consumistas de algunos colegios, para nadie es un secreto que la misma escuela suele promover el consumo de todo tipo de golosinas como frituras, pastelillos y refrescos, que ningún beneficio aportan a la buena nutrición del pequeño y sí, en cambio, distorsionan sus hábitos alimenticios.

Es por ello que quizá convenga recordar nuestros viejos días de escuela y reivindicar a la torta, aquella inseparable —y nutritiva— compañera a la hora del recreo (Ver pág. 16).

Empero, los niños de hoy parecen no hacerle mucho caso. En un grupo de 55 alumnos de 3er. año en la escuela Inglesa, sólo 10 confesaron llevar torta.

Por su parte, Nora Angélica Harrigan, de 1er año en el colegio Manchester, afirma que **"cuando traigo torta la regalo, porque si me la como me lleno y ya no puedo comprar nada en la tiendita".** Orgullosa, nos enseña unas papas, un gansito, unos chocorroles y un boing que compró en la misma escuela.

Muchas veces las mismas madres son quienes, por comodidad o falta de tiempo, prefieren dar dinero a sus hijos. La señora Torrijos, madre de tres hijos en la escuela El Pípila, dice: **"Yo no les hago torta porque aquí en la escuela les venden tacos".**

Otra opinión es la de María de los Angeles Hernández, quien tiene a sus hijos en la escuela 12 de Octubre, en la colonia Escandón. **"Yo prefiero darles una torta de frijoles con huevo, de jamón o de lo que haya; así, aunque coman dulces, por lo menos ya se alimentaron".**

De igual manera, algunos niños han descubierto las ventajas de la torta, como Salvador Rodríguez Rojas que cursa el 3er. año en la escuela Robert Koch. Afirma que **"siempre traigo una torta que yo mismo me preparo. Me levanto a las 6 de la mañana para que me dé tiempo de hacerla".**

En todo esto no se puede pasar por alto el apoyo que la escuela puede brindar para la buena nutrición de los alumnos; lo lamentable es que muchas cooperativas escolares anteponen la venta de golosinas higiénicamente industrializadas a la de productos sanos y nutritivos.

"Mi opinión personal —sostiene la maestra Guadalupe Rosales del Toro, de la SEP— **es que las cooperativas no venden el alimento como debería ser, pues expenden galletas, refrescos y paletas cuando lo ideal serían aguas frescas, tortas, frutas picadas y algún dulcecito".**

Tampoco hay una reglamentación precisa acerca de lo que se debe vender en las cooperativas. Prácticamente lo único que existe es una circular —que data de 1973— que recomienda darle prioridad a determinados productos, pero donde se antepone la comodidad a la nutrición, en aras de una supuesta higiene. Es así que la mayoría de las cooperativas prefieren vender comestibles de bajo contenido alimenticio con tal de evitarse cumplir con los requisitos que la misma circular señala para la venta de ciertos comestibles. Por ejemplo, indica que "las tortas serán elaboradas el mismo día que van a ser consumidas y vendidas en envolturas de papel celofán o bolsas de plástico".

Y en verdad sería deseable un esfuerzo por parte de las madres de familia y de las cooperativas escolares para que los niños ingieran un producto nutritivo en el recreo. **"La torta** —indica la licenciada en Nutrición Susana Dehesa— **me parece muy buena opción, pues además de ser barata y sencilla de preparar, es muy variada. Se puede hacer de huevo, de frijoles, del guisado del día anterior y hasta de chilaquiles; en todos los casos va a ser mejor que las papas fritas o los pastelillos, por ejemplo".**

¿Aprenderán más quienes visten uniformes?

Y es que es un hecho que en algunas ocasiones los paterfamilias caen en escuelas donde lo importante no es llevar uniforme, sino comprarlo en el plantel; para ello, algunos colegios los exigen demasiado sofisticados o, simple y sencillamente, establecen este consumo como uno más de los requisitos para que el alumno pueda cursar el año.

No es obligatorio

Sin embargo, es clara la situación que expone la maestra Guadalupe Rosales del Toro, jefa de la Oficina de Ahorros y Cooperativas Escolares en la Dirección I de Primarias en el D.F., dependiente de la SEP, al afirmar que **"el uniforme no es obligatorio, nunca lo ha sido. Es voluntario en relación con los acuerdos que se toman entre la sociedad de padres y la escuela. Se utiliza por convencimiento, pero no se puede presionar para que el niño lo use".**

La opinión del presidente de la Asociación Nacional de Padres de Familia, José Ortiz Arana, señala que **"el uniforme es bueno, útil y práctico. No es obligatorio pero los hechos demuestran otra cosa".**

"Lo que estamos tratando de hacer —prosigue— **es incidir en la comercialización del uniforme para que no sea una carga económica para los padres".**

Y en verdad que esta indumentaria suele ser una pesada carga. Una madre de familia que tiene dos hijos en la escuela Héroes de la Libertad, y que no quiso dar su nombre por temor a represalias, confiesa que el año pasado gastó 5 mil pesos por los dos, por concepto de útiles y uniformes. **"Tal vez se pueda comprar el uniforme afuera de la escuela, pero lo veo difícil por los detallitos que debe llevar"**, comenta un poco molesta.

"Uno de los objetivos de la Asociación Nacional de Padres de Familia —volvemos con Ortiz Arana— **es**

¿No sería más saludable una limonada fresca?

RECOMENDACIONES

A los padres de familia

- Recuerde que la escuela no puede obligar a nadie a adquirir el uniforme y los útiles en el plantel o en determinados establecimientos; desconfíe de quien pretenda hacerlo así.
- Compare precios de uniformes en diferentes tiendas y, en la medida de lo posible, confecciónelos en casa.
- Inculque a sus hijos el cuidado por los útiles y el uniforme, de manera que puedan usarlos durante más de un año escolar; o bien, que sirvan a los hermanos más pequeños.
- Tome en cuenta que los útiles con figuras populares y atractivos suelen ser mucho más caros que los sencillos.
- Procure, si es posible, abstenerse de proporcionar las aportaciones económicas para festejos consumistas y explique al niño el porqué de esta actitud.
- Platique con sus hijos acerca de los temas que sobre consumo aparecen en los libros de texto.
- Procure no darle dinero a sus hijos para que gasten en la escuela. Es preferible prepararle una torta y agua de frutas.
- Si desea integrarse a las cooperativas de la Asociación Nacional de Padres de Familia llame al 559-23-05 o al 514-40-90.
- Antes de comprar útiles y uniformes, consulte las listas que publica la SEP, las transparencias del Instituto Nacional del Consumidor y aproveche los paquetes de Fonacot, Conasupo y Congreso del Trabajo.

A los maestros

- Sería útil promover un fondo común de material didáctico en las escuelas, de manera que los alumnos lleven unas cuantas cosas que puedan aprovechar entre todos.
- Es importante desterrar los regalos materiales para el día del padre, de la madre o del maestro, así como las cooperaciones para el regalo del director y festejos semejantes. Es preferible sugerir a los alumnos que regalen una tarea bien hecha, un dibujo, un cuento o alguna otra labor realizada por ellos mismos.
- Dado que el maestro ejerce una poderosa influencia en el pequeño, es importante que se abstenga de comer golosinas en el recreo, así como de insinuar obsequios para el día del maestro.

abatir los costos de útiles y uniformes; por eso estamos formando cooperativas a donde puede dirigirse cualquier padre de familia. Además estamos tratando de que se regule todo lo concerniente a la educación, desde los precios de las colegiaturas, hasta los uniformes y demás aspectos importantes para los padres".

Por si fuera poco el gasto que los muchos uniformes representan —de diario, de deportes y de gala, cuando menos— algunas escuelas han incorporado prendas que, si bien no tienen un carácter obligatorio, sirven para marcar las diferencias sociales que, según algunos directores, el uniforme evita. Se trata de pants, chamarras, abrigos y todo un vestuario —generalmente caro— que muchos paterfamilias adquieren con tal de que sus hijos "no se queden atrás".

En opinión de Ortiz Arana, hay padres para quien representa una gran satisfacción tener a sus hijos en determinada escuela; en ese sentido el uniforme es un orgullo y un distintivo social. **"Estos padres** —sostiene— **difícilmente se quejan por los gastos elevados, porque piensan que serían mal vistos por los demás".**

¿Se aprende el consumismo?

Es a través de estas ventas como los niños van aprendiendo en la escuela algo más que las tablas de multiplicar. Son las primeras clases de consumismo en las que el axioma es que quien más tiene goza de mayor aceptación.

Al respecto, la maestra Barajas Jiménez comenta que **"el contenido de la educación, como tal, no es consumista, pero en general la escuela sí lo es cuando se piden determinados uniformes, se hacen kermeses donde los niños tiene que llevar cosas, o se realizan actividades donde hay que comprar determinado vestuario. También se promueve el consumismo al festejar el día del padre, de la madre y del maestro".**

"Es mejor no festejar nada —continúa—, **por ejemplo, el día de las madres puede hacerse un desayuno y los niños regalan un pensamiento realizado por ellos mismos; en su día los padres recibirán una tarjeta que los pequeños hicieron en cartulina".**

En ese contexto, el profesor Arturo Rangel, asesor técnico en el Instituto Nacional del Consumidor, y participante en las aportaciones que sobre consumo hizo el INCO a los libros de texto, comenta que celebrar los días comerciales induce a que los niños hagan gastos superfluos. **"El mejor conductor debería ser el maestro; es por ello que en septiembre vamos a publicar una Guía Manual sobre el Consumo para ellos".**

"Con la ayuda del maestro se les puede explicar a los niños la buena

distribución del gasto familiar para que tomen conciencia de lo que reciben y gastan. De igual manera es útil hacerles ver que no es tan importante tener un par de patines de moda o determinada mochila", agrega el profesor.

Y es que, lamentablemente, en muchas ocasiones son los mismos maestros quienes incitan al consumo irracional.

"Yo creo que los maestros en general son consumistas porque no tienen conciencia de ello —comenta la maestra Barajas—. **En otros trabajos que he tenido he visto que él mismo le pide al niño que le vaya a comprar unas papas o un refresco. Otros me han dicho que cómo es posible que aquí no se les regale nada el día del maestro, siendo que en otros lugares hasta tenían que tomar taxi para llevarse todo lo que les obsequiaban".**

En opinión del pedagogo Humberto Pliego, el consumo en la escuela es tan fuerte que muchas veces hasta deforma la conciencia del niño. **"Siempre se le está pidiendo algo para la escuela; que si ropa especial para un bailable, que dinero para tal o cual cosa, etc. Lo malo es que este tipo de educación crea hábitos de consumo innecesarios, que llevan a querer poseer todo lo que existe. Por eso hay que ser más prácticos y utilizar las cosas más de una vez, como los libros, la mochila o el vestuario para los festivales. También sería muy útil que se estableciera un fondo común de material didáctico en cada escuela, que por ejemplo tuviera muchos lápices de colores y se evitará así que cada niño debiera comprar sus propios lápices".**

En suma, cabe agregar que es importante que en los días que anteceden al regreso a clases —**odiado por muchos niños y temido por muchos padres**— se cobre conciencia acerca de la importancia de no gastar en útiles inútiles; se elija cuidadosamente el uniforme comparando precios y, en lo posible, confeccionándolo en casa; y, además, se prevenga al niño acerca de las actividades consumistas que tal vez sin darse cuenta propician los mismos maestros en muchos planteles del país.

(Sergio Jácome. Información: Isabel Arbesú, Subdirección Técnica INCO, Departamento Planeación INCO)

SUMARIO

ANTOJOS Pág. 16
Sólo uno nutre; descubra cuál

UTILES ESCOLARES Pág. 19

Cómprelos más baratos

ACADEMIAS DE IDIOMAS Pág. 44

Dudoso pasaporte al éxito

Y ADEMAS...

No por mucho gastar aprovechan más el año	1
Trascartón	8
Editorial	9
La voz de los trabajadores	10
Oaxaca: lejos de los autoservicios y los centros comerciales	12
Carta a un director de escuela "muy particular"	18
Consuma: no reste	19
Yo, saborizante de chocolate, confieso	31
Seis talleres en busca de una falla	32
A usted que es buen consumidor, ¿no le llaman tacaño?	38
Con buen uso, larga vida	40
Escriben los que consumen	46
Los consumidores no se dejan	48

TRASCARTON

por Alberto Isaac

DIRECTORIO

CONSEJO EDITORIAL

DIRECTOR GENERAL DEL INCO: **Enrique Rubio.** SUBDIRECTORA DE ORIENTACION Y DIFUSION: **Ivonne Buentello.** SUBDIRECTOR TECNICO: **Lic. David Márquez Ayala.** SUBDIRECTOR DE ADMINISTRACION Y FINANZAS: **C.P. Javier Haro de Alba.** SUBDIRECTOR DE PROMOCION: **Lic. Alor Calderón.**

REVISTA DEL CONSUMIDOR

Coordinador: Carlos Ulanovsky. **Jefa del Departamento Editorial:** Norma Sinay. **Jefe de Redacción:** Sergio Jácome García. **Redacción:** Ma. Isabel Arbesú, Wenceslao Huerta, Susana Rodríguez, Patricia Segura, Bertha Trejo. **Correctora:** María Inés Silberberg R. **Fuentes Informativas: Subdirección Técnica (Departamento de Bioquímica:** Ing. Carlos Cárdenas. **Departamento de Ingeniería:** Ing. Luis Juárez Suárez. **Departamento de Bienes y Servicios:** Lic. Luis Mercader. **Departamento de Economía:** Lic. Soledad Salcedo. **Area Jurídica:** Lic. Francisco Javier Fernández Fredes. **Asesor Médico:** Dr. Raúl Nieto Valdez. **Centro de Documentación e Información:** Lic. Gustavo Salinas Iñiguez) **Procuraduría Federal del Consumidor:** Esteban Valentino. **Congreso del Trabajo:** Departamento de Difusión. **Monitoreo de Publicidad:** Manuel Castellanos. **Arte y Diseño:** Francisco Estebanez. **Ilustración y Maqueteo:** Jorge Aguilar, Augusto Apón, Ricardo Baeza, Rodolfo Coronel, Audomaro Herrera. **Producción Gráfica y Archivo:** Lisette Reynaud. **Asistentes Unidad Editorial:** Ernestina Avilés, Antonia García Gómez, Humberto Hernández, Guadalupe Roldán. **Departamento de Planeación:** Dr. José Medina Pichardo. **Distribución y Suscripciones:** Lic. Roberto Galindo.

ILUSTRADORES

Ricardo Baeza, Carlos Dzib, Octavio de la Torre, Francisco Estébanez, Alberto Isaac.

CREDITOS FOTOGRAFICOS

2a. de Forros: Jaime Andrés Arroyo. **3a. y 4a. de Forros:** Marta Merkin

Páginas 2 a 7: Carlos Lòpez. **10:** Carlos Rafael Domínguez. **12 a 15:** Sergio Jácome. **19 a 29:** M. Merkin, C. López, J.A. Arroyo y Archivo. **31:** J.A. Arroyo. **33:** C.R. Domínguez y C. López. **34:** C.R. Domínguez. **36-37:** C.R. Domínguez. **38-39:** C. López y J.A. Arroyo. **42:** J.A. Arroyo.

PRECIOS	REPUBLICA MEXICANA	EXTRANJERO (DLS) AMERICA	EUROPA
Ejemplar suelto	$ 20.00 M.N.		
Suscripción anual		27.00	47.50
Area Metropolitana	$ 220.00		
Interior	370.00		

Los números atrasados cuestan el doble del precio marcado

EDITORIAL

Aunque se trata de un fenómeno muy conocido, y que millones de mexicanos sufren en sus diversas vertientes, no es inútil reflexionar sobre los efectos de la enorme concentración de actividades que tiene como núcleo al Distrito Federal y a la zona metropolitana de la ciudad de México.

En las épocas más recientes se acentuó la tendencia, notable desde el México prehispánico, de abandonar las costas y las planicies bajas, y colocarlo todo, o casi, en las montañas del centro del país. En una minúscula porción del territorio nacional está concentrada hoy, de esa manera, la mayor y acaso la principal parte de la vida política, económica, cultural, de la nación.

Sin embargo, estamos seguros de que la orientación de este fenómeno social puede ser modificada. Ya no es cierto, hoy mismo, que "fuera de México todo es Cuautitlán", expresión usada en el siglo pasado para indicar lo escasa de todo que era la vida en el interior. Hoy se encuentran manifestaciones de pujanza económica, de mayor participación política, de creación y difusión culturales, de expansión de las tareas sociales, en muchos lugares del país. Y está en curso un conjunto de actitudes y medidas destinadas a fomentar la saludable descentralización de la vida entera.

Por su carácter nacional, el Instituto del Consumidor no puede permanecer actuando sólo en la mayor aglomeración humana del país. Ante la limitación natural de sus recursos, hacerlo así era propio de una primera etapa, que concluida obliga a difundir su actividad a otros ámbitos geográficos.

Pero se requieren, y se están dando ya, nuevos pasos. El Inco está abriendo delegaciones en varios estados de la república. El programa incluye hacerlo en todos antes de terminar el presente sexenio. Al traducir las funciones del Instituto a los ámbitos locales, se cumple sobre todo un propósito político, que es el de conocer de cerca, el de recoger las preocupaciones de los consumidores, es decir de una parte muy considerable de la sociedad. Para que el Inco no se convierta en una institución paternalista que dice a los consumidores, "por su bien", cómo deben comportarse, es precisa la participación de dichos consumidores en la discusión de los problemas que los atañen; contribuyendo, como consecuencia, a la fijación de las políticas respectivas.

No partimos de cero en este proceso de participación. Nuestras publicaciones, señaladamente esta revista, han tenido a su cargo una función de comunicar que se cumple crecientemente. Como sabemos, la comunicación es asunto de dos. Se requiere que sea una conversación. Y comprobamos, complacidos, que la plática con nuestros lectores se hace realidad con mayor frecuencia. Cada vez es mayor el volumen de correspondencia que recibimos de quienes leen la Revista del Consumidor. El hecho es buscado, y satisfactorio, por todos los que se dedican a la información social. Pero lo precisamos con mayor urgencia en una institución cuya vocación es servir a las personas, es decir a los ciudadanos con capacidad de conducirse a sí mismos, de pensar y de hablar.

Si no lo ha hecho, escríbanos también. Necesitamos saber de usted.

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de información, capacitación y orientación a los consumidores.
La revista del Consumidor tiene como objetivo ofrecer a sus lectores recomendaciones acerca de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar, y consejos para la preservación de la dignidad humana y el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.
El contenido de todos los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista.
Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales.
No se autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
Los productos que se utilizan en la elaboración de los Estudios Comparativos son adquiridos por el Instituto Nacional del Consumidor en los centros de venta, en las mismas condiciones en que los adquieren normalmente los consumidores.
El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos y estudios incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.
No se devuelven originales.

Dirección: Insurgentes Sur 1871, México 20, D.F. Teléfono 550-47-55. Suscripciones: diríjase a Revista del Consumidor, Insurgentes Sur 1991, México 20, D.F., o al Apartado Postal 20600.
Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor, Asesoría Jurídica, Lic. Francisco Javier Fernández, Insurgentes Sur 1871, 6o. piso, México 20, D.F. o al A. Postal 20660, México 20, D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Victoria Editorial, S.A., Vía Gustavo Baz 193 B, Tlalnepantla, Edo. de México. Tipografía: Multiservicios Publicitarios, Avenida Universidad No. 1499, México 21, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependiente de la SEP, oficio No. 1127 del 30 de abril de 1981 y Certificado de licitud de Contenido No. 639 del 30 de abril de 1981. Reserva de derechos al uso exclusivo del título de la Revista del Consumidor del 21 de mayo de 1981.

Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derecho del Autor. Registrada como Correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, oficio No. 6339, expediente No. 09170-1423, de fecha 19 de noviembre de 1976.

La voz de los trabajadores

CONGRESO DEL TRABAJO
UNIDAD Y JUSTICIA SOCIAL

¿Un automóvil para cada mexicano?

Se estima que actualmente, en nuestro país, uno de cada 14 habitantes posee automóvil y que en el Distrito Federal esta relación es de uno a siete. Por otra parte, las cifras dicen que la producción aumenta de modo constante y que unos 600,000 vehículos se incorporan anualmente a la circulación. ¿Cómo no pensar entonces en la posibilidad de que cada ciudadano tenga su propio carro?

Sin embargo, las estadísticas son engañosas, ya que los promedios ocultan los profundos desniveles arraigados en nuestra estructura económico-social. Sólo basta saber que en estados como Oaxaca o Zacatecas hay un automóvil cada 80 o 90 personas y que aún en el Distrito Federal el acceso al transporte motorizado se diferencia según los sectores sociales: sobre un total de más de dos millones de vehículos que circulan diariamente, el 97 por ciento está conformado por automóviles particulares que pertenecen al 21 por ciento de la población. O sea que una inmensa mayoría —el 80 por ciento— debe sufrir los inconvenientes de un transporte público cubierto sólo por el tres por ciento de los vehículos automotores.

Es que las transnacionales que manejan la industria automotriz han logrado que la producción y el consumo de automóviles, además de ser ajenos a nuestras posibilidades reales como nación, sean también contrapuestos a las necesidades concretas de transporte social que requerimos. EL resultado es patético: México, con sus millones de marginados y sus gravísimos problemas no resueltos, es el único país —fuera de los Estados Unidos— donde los modelos de automóviles cambian cada año. De satisfactor de una necesidad —la del transporte— el automóvil ha pasado a ser un símbolo de status y una fuente de conflictos.

Una historia sobre ruedas

Desde aquella primera planta ensambladora de la Ford que se instaló en 1926 hasta las 14 empresas armadoras que hoy integran la industria automotríz en México, hubo —a pesar de los cambios producidos— una característica que se mantuvo: la dependencia tecnológica del extranjero y el constante derrame de divisas.

En el comienzo, prácticamente todo era pérdida, pues se importaban los vehículos ya armados. Luego, al instalarse las llamadas "fábricas mexicanas de automóviles" (que no eran fábricas y mucho menos mexicanas) aquí sólo se montaban los vehículos. Este negocio redondo para las transnacionales subsistió hasta 1963, cuando un decreto estatal ordenó que un mínimo del 60 por ciento del total de las partes debería estar constituido por componentes adquiridos en el país. La resolución produjo un gran incremento de la industria autopartera (dominada, sin embargo, por las subsidiarias de sus similares transnacionales) e impulsó el proceso de monopolización en todos los sectores de la actividad automotriz. A partir de entonces el incremento de la producción fue sostenido, y tras la reducción de 1977, la enorme protección fiscal y legal recibida por las empresas incidió en una recuperación global.

Hoy, el ritmo se mantiene. Se calcula que entre 1980 y 1985 el volumen producido será equivalente al total logrado en la década de los setenta. La industria automotriz —que acapara el 50 por ciento de los subsidios estatales a las actividades industriales— ha aumentado considerablemente sus ventas. Pero tal vez lo más significativo sea saber que este incremento se ha registrado precisamente entre los automóviles de lujo y deportivos.

Irracionalidad y ganancia

Protegida por el Estado, dinámica y mal orientada, la industria automotriz ha abierto una brecha de drenaje hacia el exterior. De las 14 empresas que componen el sector terminal (armadoras), siete están totalmente controladas por el capital extranjero, una es mixta, tres estatales y cuatro son empresas privadas de capital nacional. Cinco firmas extranjeras dominan el mercado de automóviles, una el de camiones y otra el de tractocamiones. La expansión que se registra actualmente no sólo agudiza la dependencia sino que no satisface nuestras necesidades de transporte terrestre y crea graves problemas como la proliferación de automóviles en las ciudades.

El gran negocio de las transnacionales es fabricar automóviles; en el caso de los camiones se gana mucho menos. De ahí que el déficit de camiones en nuestro país alcance la cifra de 3 mil unidades por año y que el transporte de carga sea insuficiente mientras que las armadoras de automóviles introdujeron cinco modelos nuevos tan sólo entre 1977 y 1978. Y aquí detectamos el problema central: al dejar en manos de las transnacionales la producción de vehículos, la industria fue orientada sin correspondencia con nuestras posibilidades. Como nuestro mercado es muchísimo más reducido que el norteamericano, cada uno de los numerosos modelos se produce a escala tan pequeña que su fabricación es excesivamente cara. Y entonces se condena a la gran mayoría de los habitantes a no poseer nunca ese inalcanzable automóvil propio.

Pero además, como este proceso se da en detrimento de la fabricación de autobúses de uso público, los millones de desposeídos que no tienen acceso al automóvil se ven privados también de un adecuado transporte colectivo.

Ciudades atiborradas, índices altísimos de contaminación, enormes gastos de combustible, pérdidas de millones de horas-hombre-salario debido a los embotellamientos, irresolución y agravamiento del problema del transporte para la inmensa mayoría... son algunas de las consecuencias de los patrones irracionales generados por la necesidad de ganancia de las transnacionales. En un país como el nuestro, no hay solución posible en este terreno que no requiera la reorientación de la producción: inversamente a la situación actual, el primer lugar debe corresponder al transporte colectivo y de carga. Los automóviles —con sus modelos y accesorios— no tienen que ocupar más que un modesto segundo término.

CHIFLIDOS Y FANFARRIAS

CHIFLIDOS

Para la Compañía de Luz y Fuerza del Centro. Las quejas que en gran número llegan a la PFC dicen que cuando en los estados de cuenta se cobra más de lo debido, la compañía promete enviar un verificador que nunca llega. La situación se agrava en los casos de avisos por cables caídos: el servicio suele demorar varios días, lo que, obviamente, arriesga la seguridad de la población. Si en lo que es "de primera necesidad" se actúa así ¿qué puede esperarse en otros rubros?

FANFARRIAS

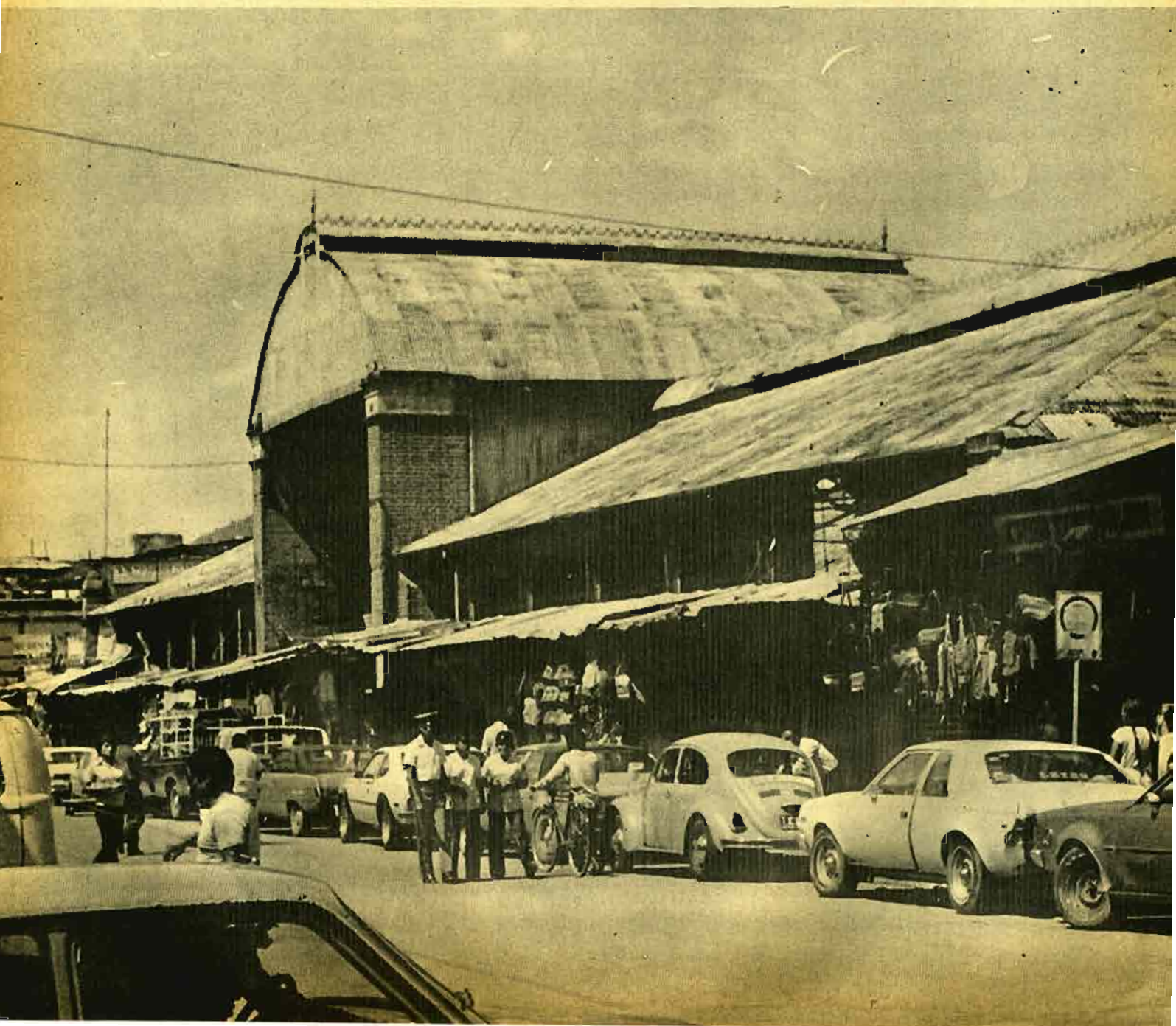
Para General Electric, por una actitud que beneficia claramente al cliente. La empresa amplía el plazo de garantía a un gran porcentaje de consumidores; o sea que si el aparato sufre desperfectos luego del término de un año, su reparación se resuelve sin pagar nada. Por lo general basta un llamado a la PFC para obtener esta ventaja; si lo que ha sucedido es que el artefacto en cuestión presenta señales evidentes de mala utilización, se cobran las refacciones sin incluir la mano de obra.

[Información: Procuraduría Federal del Consumidor.]

CONSUMO Y CONSUMISMO EN PROVINCIA

Oaxaca: lejos del supermercado y los centros comerciales

Rodeada de una rica tradición culinaria y artesanal, Oaxaca vive todavía un consumo determinado por los mercados y los pequeños comercios. Y aun cuando algunos abusos llegan a ser indignantes, la acción del INCO y la PFC se está empezando a notar en la tierra del huipil y del tasajo.



Para los habitantes de urbes como Monterrey, Guadalajara o México, quizá resulte difícil vivir sin grandes almacenes con nombres de ciudades europeas y sin enormes cadenas de autoservicio.

Empero, cerca de 300 mil oaxaqueños practican un consumo alejado de los Aurrerás, los Liverpoolés e incluso de los Burguers y los Chickens.

Al respecto, el señor Vicente Prieto, gerente de la Cámara Nacional de Comercio (CANACO) en Oaxaca, señala que **"han venido empresarios a hacer estudios socioeconómicos para ver la posibilidad de establecer grandes centros comerciales, pero se han dado cuenta de que Oaxaca todavía no tiene una población que los justifique. Probablemente lo hagan más adelante, pero no por el momento".**

Mientras eso sucede, los habitantes de la capital oaxaqueña realizan sus compras en tres mercados municipales y muchísimos comercios pequeños.

El delegado del Instituto Nacional del Consumidor (INCO) en esta ciudad, licenciado Luis Manuel Audiffred, comenta que es el comercio local el que no ha permitido el surgimiento de importantes cadenas de autoservicio. **"En el caso de artículos básicos** —explica— **las investigaciones de precios las realizamos en nueve lugares, de los cuales son tres mercados municipales, una tienda Conasupo y un Centro Comercial Popular que depende del gobierno del estado. Los otros cuatro son los establecimientos más grandes de Oaxaca, pero aun así son más bien de dimensiones y surtido reducidos".**

Agrega que **"de las listas de precios que averiguamos hay lugares en donde sólo tienen 30 o 35 productos, otros apenas llegan a 25. Es muy difícil encontrar artículos que estén en las nueve tiendas, si acaso serán dos o tres".**

Por su parte, Clemencia García, jefa de la oficina de Inspección y Vigilancia en la delegación de Comercio, apunta que la falta de grandes centros comerciales perjudica al consumidor, ya que éste necesita recorrer muchas tiendas para encontrar lo que busca. **"Sería benéfico** —expresa— **tenerlos en Oaxaca, siempre y cuando se apegaran a los lineamientos que han sido fijados".**

Pequeños, pero muchos

Aunado a esta circunstancia, el señor Prieto comenta que en Oaxaca la principal actividad es el comercio. **"Todo mundo se dedica al comercio porque no hay más fuentes de trabajo; quien ahorra 15 o 20 mil pesos lo primero que hace es poner una tienda"**, expresa el gerente de Canaco. Y añade: **"Oaxaca ya está saturada de comercios; por todos lados encuentra uno tiendas. Y es un comercio pequeño en donde unos a otros nos compramos".**

"La Cámara de Comercio en Pequeño —prosigue— **abarca alrededor de 1,500 tendajones, mientras que nosotros tenemos a unos 500 negocios ya establecidos. A últimas fechas han proliferado muchas farmacias, ya hay cerca de 200, así como tiendas de abarrotes, de ropa y línea blanca, en este orden".**

En cuanto a la actividad que estos 2 mil comercios desempeñan entre la población consumidora, el licen-

ciado Audiffred opina que son muy pocos los comerciantes que se preocupan verdaderamente por atender convenientemente al público.

Delegado del Inco en Oaxaca desde el pasado 1°. de abril —fecha en que se abrió la delegación—, Audiffred agrega que muchos comerciantes tienen precios que no son razonables y tratan de obtener la máxima ganancia. **"Afortunadamente parece ser que a raíz de nuestras investigaciones ya han empezado a bajar algunos precios y han entendido que es preferible vender más, a buenos precios, que vender caro pero poco, lo que redunda en beneficio del comerciante y del consumidor".**

Aun así, la jefa de Inspección y Vigilancia en la delegación de Secom apunta que mensualmente levantan cerca de 50 actas por diversas violaciones, principalmente en los precios, falta de listas y negativa de venta. **"En este mes** —precisa— **levantamos tres actas por violaciones en la venta de arroz, tres por la de azúcar, cinco por el huevo y 14 por leches industrializadas. El resto fue en la venta de avena, pastas para sopa y pan, principalmente".**

Otro funcionario en la delegación de Secom, Jairo González, comenta que **"algunos comerciantes argumentan que elevan sus precios debido al costo del transporte, ya que casi todo se trae de otros lugares. Por ejemplo, el queso oaxaca que se conoce en casi todo el país ya no se hace aquí; lo traen de Puebla, en donde está la fábrica".**

Abusos en materiales de construcción

Por otra parte, la licenciada María Elena Zorrilla, delegada de la Procuraduría Federal del Consumidor en Oaxaca, informa que diariamente reciben alrededor de 15 quejas; **"aunque hay días que son más, por ejemplo hoy atendimos 23".** Precisa que las principales se refieren a cobros excesivos, productos defectuosos e incumplimiento en las ventas a crédito.

"Una de las quejas más frecuentes —refiere el licenciado Audiffred— es contra los proveedores de materiales de construcción. Hace unos días vino una persona que acababa de comprar dos toneladas de cemento a un precio de 6,600 pesos; pero le hicieron la factura por 4,400 pesos y le cargaron el resto a unas supuestas láminas galvanizadas; todo para ocultar el exceso en el cobro del cemento".

En ese contexto, Jairo González comenta que el precio oficial del cemento es de 2,250.90 pesos, la tonelada, **"pero muchos la venden a 3 mil, 3,500 y hasta 3,800 pesos".**

Clemencia García abunda en el tema y menciona que, pese a que el precio oficial de la leche es de 13.90, más un peso por transporte, la empresa vende la caja de 12 litros á 185 pesos (15.40 el litro). **"Por eso es que los pequeños comercios la dan como a 17, 18 o hasta 20 pesos el litro de leche Alpura, con el consabido 'si quiere llévelo, si no déjelo', y como no hay leche, la gente la tiene que llevar".**

Los precios no son pequeños

Renglón aparte, y queja frecuente de los consumidores, es lo relativo a los precios.

En el Mercado Benito Juárez, la señora Lilia Hernández compra verduras, acompañada de un niño como de 10 años. **"En comida** —se queja— **gasto más de 200 pesos diarios, y eso que sólo tengo tres hijos. Ernesto** —dice mientras mira al pequeño— **es el mayor".**

Cabe señalar, sin embargo, que Oaxaca cuenta con comida tradicional conocida en todo el país por su calidad, como el tasajo, la cecina, el chorizo, el mole negro o el sabroso chocolate de metate.

Y aunque hay algunos productos locales industrializados, como los refrescos **O'key** o **Manzanita Sin Rival**, en el mercado todavía se pueden encontrar indígenas que como en el viejo tianguis ofrecen su mercancía de blandas (especie de tortillas de maíz, enormes y de muy buen sabor) y tralludas (también de maíz, semejantes al tamal y servidas con salsa verde o roja).

Por su parte, José Martín Cruz, preparatoriano, explica que como Oaxaca es una ciudad muy pobre,

Lo distintivo de Oaxaca es el predominio del pequeño comercio y la ausencia de las cadenas de autoservicio que se multiplican en las grandes ciudades. Hay artículos caros, como el célebre queso —que en realidad se fabrica en Puebla— y la ropa de marca, preferida frecuentemente a las muy baratas mantas y huipiles. Junto a los productos industrializados, los alimentos tradicionales mantienen su sitio: en el mercado no faltan las blandas y las tralludas, preparadas sobre la base del maíz.

los precios son elevados. **"Además hay algunos comerciantes honrados pero otros se avorazan y venden muy caro".** Con respecto al costo de la vida, José apunta que paga unos 700 pesos mensuales de colegiatura en la Prepa.

La cuestión de vivienda también suscita quejas. **"Hay escasez y las rentas, en el centro, fluctúan entre los 6 y los 12 mil pesos mensuales",** apunta Audiffred.

En comparación con los precios del D.F., las transparencias que publica el INCO permiten detectar que, mientras los precios más bajo y más alto del aceite **Marfil,** en Oaxaca, son de 33 y 34 pesos, respectivamente, en la capital del país son, el mismo día (1°. de julio), de 33 y 33.90 pesos.

Ropa cara y artesanías baratas

En cuanto a la ropa, Rosario Castillejos, joven que camina en el centro, afirma que **"con unos 1,500 pesos me compro un vestido o una blusa y un pantalón. Yo pienso que aquí en Oaxaca hay precios muy altos".**

Algunas cuadras más adelante, en el Mercado Juárez, se ubican muchos puestos de ropa artesanal en donde una camisa de manta se adquiere con 170 pesos, una blusa con 160 y un huipil con 450.

"Lo que sucede —comenta al respecto el licenciado Audiffred— **es que a pesar de que la producción artesanal de textiles en Oaxaca es importante y a bajos precios, la gente prefiere las marcas famosas creyendo que por esa sola razón —ser famosas— son buenas. Y hay que reconocer que, por ejemplo, las camisas de manta son cómodas, bonitas y baratas. Nos ha faltado darle importancia a nuestra propia ropa, tal como lo hacen en Yucatán, donde todos traen su guayabera; aquí, en cambio, mucha gente viste su Chemisse Lacoste o su Pierre Cardin".**

Y no sólo los textiles ocupan un lugar preponderante entre las diversas artesanías oaxaqueñas. **"También hay una importante producción de alfarería, piezas de barro, de carrizo, palma y hojalata, además de joyería y cuchillería, entre otras",** apunta José Luis Décaro, director de Fonart (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías) en la localidad.

"Hemos notado—prosigue Décaro— **que las artesanías son una buena fuente de trabajo para muchos oaxaqueños. En todo el estado tenemos registrados a más de mil artesanos, aunque hay muchos otros que trabajan en forma familiar o en agrupaciones".**

En resumen, Oaxaca es una ciudad en donde, prácticamente, quien no es artesano es comerciante. Y es el pequeño comercio, justamente, el que ha sentado sus reales; aunque cabe hacer notar que las instituciones de apoyo al consumidor, como el INCO y la PFC, están tomando cada vez más fuerza.

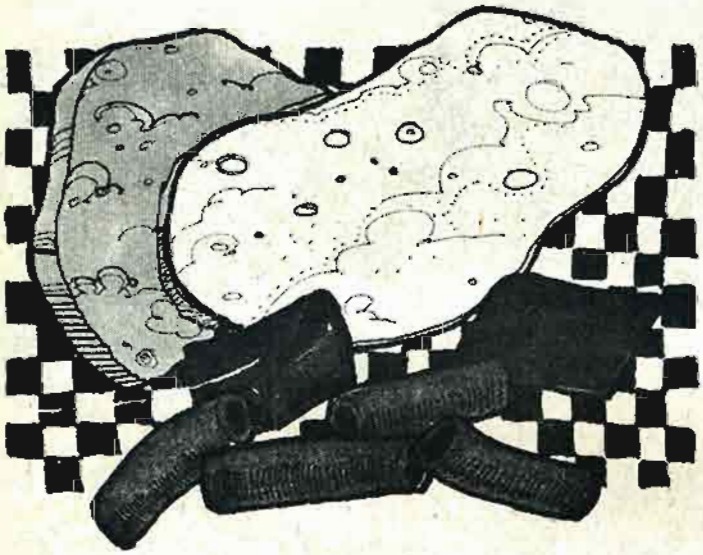
De cualquier manera, no puede pasarse por alto que una población de 300 mil habitantes todavía conserve muchas de sus tradiciones; principalmente en lo que se refiere a alimentación.

[Sergio Jácome. Enviado]

FOTO-ADIVINANZA

¿Cuál es

Entre los siguientes productos —regularmente ingeridos "entr



No. Hay exceso de sal... y de precio. Algunas presentaciones significan un costo de hasta 350 pesos por un kilo de harina de trigo; 50 veces más que un kilo de bolillo.

Al igual que las frituras, éste es un comestible inútil y caro, en que el maíz cuesta 20 veces más que en las tortillas. Además, algunos tienen mucha azúcar, producto del que no conviene abusar.

A su favor hay que decir que no propician las caries, pero también contienen mucha sal. Y es bueno aclarar que el exceso de sal —debido al sodio— retiene el agua y se asocia con la hipertensión.

Azúcar, saborizantes y mucha publicidad para un producto que tiene la mitad de las proteínas que el bolillo y que cuesta mucho más. Lo hemos dicho: por el bien de sus dientes y de su salud —no sólo por razones estéticas— no abuse del azúcar.

el mejor?

›midas" — todos quitan el hambre, pero sólo uno nutre. Identifíquelo.

Otro producto donde el azúcar es protagonista principal. Aquí se acompaña de agua, gas y acidulantes. Por si fuera poco, puede llegar a costar el doble que la leche.

Cuidado con abusar del café, o del té. En exceso puede provocar depresión, palpitaciones e inestabilidad general. En cuanto a las galletas, no son sino azúcar y harina refinadas, excelentes para originar obesidad.

Este es el bueno. Una sencilla y deliciosa torta de carne y queso, bien preparada, con jitomate, lechuga, cebolla y chile; es una estupenda combinación de proteínas, sustancias energéticas, vitaminas y minerales. Mejor aun si se prepara en casa, con toda higiene y a pleno gusto.

PAN ADEREZADO: Carbohidratos, grasas, vitaminas B1 y proteínas.

JITOMATE: vitaminas A, B1, niacina, B6 y C, calcio, fósforo, magnesio y fibra.

CEBOLLA Y CHILE: vitaminas A, B6 y C, potasio hierro y azufre.

CARNE: proteínas y vitamina B12.

QUESO: proteínas, calcio, fósforo y vitaminas A y B2.

(Información: Subdirección Técnica, Bioquímica. INCO)

Carta a un director de escuela muy "particular"

Por Margarita Isabel

Respetable señor director:

Acabo de ver a uno de sus profesores parado en una larguísima cola del camión. Me sorprendí muchísimo pues acabo de pagar, sólo por Rafaelito; 3,150 pesos de inscripción, 2,500 de colegiatura, 4,000 de uniforme y 10,000 de aportación "voluntaria" que si no se paga voluntariamente, el alumno no es admitido porque sus padres no tuvieron la voluntad de aportar.

Por curiosidad me puse a hacer cuentas y me di cuenta que al contar con 600 alumnos, su plantel obtiene, el primer mes del año escolar, un ingreso de 12 millones de pesos. Por qué, entonces, vi a uno de sus profesores formado en la interminable cola del camión? Porque con un ingreso de esa magnitud seguramente usted le paga lo suficiente como para comprarse un LTD como el suyo, ¿o no? Debe tratarse de un maestro excéntrico o simplemente no sabe manejar. El caso es que hoy me dirijo a usted para informarle que mi hijo ya no quiere ir a su escuela y hasta hoy me dijo por qué:

Recordará que en dos ocasiones me retrasé en el pago de la colegiatura, motivo por el cual usted lo reprendió severamente frente a todo el alumnado, humillándolo en forma tal que más tarde tuvo que pelearse a golpes con dos compañeros que hacían burla de sus padres: —Si no tienen con qué, ¿para que te metieron aquí? No sabes que hay escuelas gratis para los de tu clase?—. Eso fue lo menos que le dijeron. Y yo quería preguntarle si usted piensa igual, de ser así, debo aclararle:

Yo prefiero a mis hijos en escuelas públicas, pero por un problema de conciencia los inscribí en una particular. Tengo entendido que las oficiales aún no se dan abasto para atender la demanda educativa del país; resulta injusto, entonces, que yo que gozo de un poder adquisitivo un poquito más alto que tantas otras familias, permita que mi hijo ocupe un pupitre en un plantel de gobierno desplazando así a otro pequeño para quien ese lugar puede ser quizá su única oportunidad de recibir educación. Ahora bien, esto no significa que esté dispuesta a aceptar abusos e injusticias.

Me he reunido con varios padres tan indignados como yo, pero nadie está dispuesto a enfrentarse a usted por miedo a represalias contra sus hijos. Obviamente acudiré a la PFC y a la SEP para denunciar al menos aquello de lo que sí tengo pruebas: aportaciones voluntarias entre comillas, 40 por ciento de aumento en inscripciones y colegiaturas, uniforme obligatorio que obligatoriamente debe comprarse en la tienda de la escuela, etcétera.

Pero el problema no es solamente "su" escuela ni únicamente "mi" presupuesto: se ha generalizado en tal forma que la educación se ha convertido ya en un artículo de lujo. Por todo esto casi me parece ociosa mi cartita pero quiero aprovechar para dejar aquí impreso mi voto. VOTO por que la enseñanza, el bien más sagrado con que puede contar una nación, sea de la nación. Por que todas las escuelas particulares dejen de ser negocios particulares y se conviertan en una responsabilidad total del Estado, esto es, un medio de oportunidades iguales para todos, y para que el colegio de paga no sea más símbolo de estatus que marca diferencias insalvables entre nuestros hijos, debe dejar de ser de paga..

Porque hasta los vocablos LIBRO y LIBRE se parecen; difícilmente podemos aspirar a la libertad sin el conocimiento. Imposible alcanzarla si el libro es cada vez más caro y, por tanto, la libertad sube de precio año con año.

Atentamente:

Una madre de familia

Quita manchas caseros pág. / 21

Cómo reparar desperfectos eléctricos pág. / 23

Economice con "retazos" de carnes frías pág. / 26

Directorio de Comités de Consumidores pág. / 27

CONSUMA: NO RESTE

UTILES ESCOLARES

Baratos y a crédito

Como en años anteriores, CONASUPO, FONACOT y el Congreso del Trabajo, conjuntamente con otras instituciones, han implementado una campaña popular de útiles escolares consistente en la venta de artículos a precio rebajado y la posibilidad de obtener crédito para su compra.

Con este plan, que responde al Programa Nacional de Protección al Salario, CONASUPO ha puesto en servicio 1,800 centros, de los cuales 200 se dedican a la venta de uniformes y el resto a la distribución de útiles escolares económicos. Se pretende beneficiar así a cerca de 500 mil padres de familia, brindándoles un ahorro de alrededor de un 25 por ciento en la adquisición del material necesario para el nuevo ciclo escolar.

Por su parte, FONACOT ha puesto a la venta 575 mil uniformes y 850 mil paquetes de útiles escolares (ver recuadro), que pueden adquirirse en los Centros ubicados en las **estaciones Chapultepec e Insurgentes del metro; en 16 de Septiembre 509-A, Naucalpan; en tiendas CONASUPO y en establecimientos afiliados a FONACOT.**

Estos paquetes pueden comprarse al contado, o bien por medio del crédito que otorga el propio FONACOT. Los requisitos para obtenerlo son: **ser mayor de 18 años, tener un año de antigüedad en el empleo y ganar entre una y cinco veces el salario mínimo.** Aunque el monto del préstamo depende del sueldo de cada trabajador, se estima que en este año se darán créditos por 45 millones de pesos para la adquisición de útiles escolares y 193 millones para la compra de uniformes. No es obligatorio comprar paquetes de útiles; también se otorgan créditos abiertos con los que es posible comprar el número de artículos que se desee.

La solicitud de crédito puede hacerse en cualquiera de las delegaciones de la Secretaría del Trabajo en el interior de la república y dentro del área metropolitana en: **Abraham González 87, colonia Juárez; Calzada de Tlalpan 1455, Portales; Centro Naucalpan, citado líneas arriba, afuera de la estación Normal del metro; Calzada de Guadalupe 881 y en el edificio del Congreso del Trabajo situado en Ricardo Flores Magón 44.**

Y si lo que se quiere es comprar los útiles por unidad, se puede acudir a cualquiera de las distribuidoras CONASUPO; hay 30 en el valle de México. Las direcciones son: **Conampros:** salida sur de la estación Tlatelolco del metro; **Taxqueña:** salida sur del metro Taxqueña; **Vicente Guerrero:** Ermita Iztapalapa y A. Periférico; **Cuitláhuac:** frente al ISSSTE ubicado en esa avenida; **Ecatepec:** Vía Morelos 68; **Zaragoza:** Salida norte del metro; **Cd. Azteca:** Blvd. Azteca y calle R-1; **Pirules:** Av. Chimalhuacán; **El Rosario:** Av. de las Culturas y Río Blanco; **Rastro Nuevo:** calle Aluminio; **Balbuena:** Fray Servando Teresa de Mier 881; **Izcalli:** Vialidad Poniente y Ote., manzana 44 del Centro Urbano Cuautitlán Izcalli; **Iztacalco:** La Viga 1100 esq. Canal de Apatlaco; **Nezahualcóyotl:** Siete Leguas, entre San Bartolo y San Mateo, Col. V. Villalda; **Tlatelolco:** Calz. La Ronda y M. González; **V. Olímpica:** Insurgentes Sur 4560; **Cuauhtémoc:** Antonio M. Anza y Av. Cuauhtémoc, colonia Roma; **Acueducto de Guadalupe:** Escollera s/n entre Blvd. del Temoluco y Río San Javier; **Agrícola Oriental:** Sur 16 y Oriente 243; **Aragón:** Av. San Juan de Aragón y Nte. 64; **Arenal:** Antiguo Cauce del Río Churubusco, entre Camarón y Circunvalación; **Azcapotzalco:** Reforma 543; **Avante:** Piedra del Sol 25-C; **Gómez Farías:** Av. Ocho 154; **Cuajimalpa:** Calle Castillo León y Cd. Ramírez; **Ejidos del Moral:** M. Buendía entre Calle 15 y 17; **Reforma:** Av. Pantitlán y Ote. 20, Cd. Nezahualcóyotl; **Portales:** Santa Cruz y Rumanía; **Naucalpan:** Estacas 2; **Petrolera:** Campo Chilapilla y Campo Corinto.

Con buen trato duran más

Una de las maneras de disminuir el gasto que implica el retorno a clases es enseñar y fomentar en los niños el cuidado de los útiles escolares. Para esto, conviene poner en práctica estas recomendaciones del INCO:

Con los cuadernos hay que tener el cuidado de:
- No arrancar hojas
- No rayar
- No quitar espirales
- No mojarlos

Para que los lápices duren es fundamental:
- No morderlos
- No romper las puntas
- No quitar las gomas

Los libros podrán conservarse por más tiempo si se tiene la preocupación de:
- No recortarlos
- No rayarlos (sí subrayar)
- No dejarlos al alcance de niños muy pequeños

Las mochilas durarán por varios años si se procura:
- No pisarlas
- No patearlas
- No guardar comida que pueda ensuciarlas
- No aventarlas

Las reglas se mantendrán en buen estado si se pone atención en:
- No flexionarlas.

Además, el desembolso puede ser menor si los padres:
- Fomentan el uso de útiles de años anteriores en buen estado.
- Consultan las listas de precios
- Compran en los lugares más baratos y eligen productos de la misma calidad en las marcas más económicas
- Recuerdan que no hay relación entre gastar mucho en útiles y la calidad del estudio del alumno.
- Consultan las listas de la Secretaría de Educación Pública para no comprar de más.

ALIMENTACION

Mitos y leyendas (I)

Son muchas las creencias erróneas respecto de la alimentación, que a fuerza de repetirse una y otra vez terminan por parecer hechos ciertos, propiciando una mala nutrición y como consecuencia un estado de salud deficiente. Tratando de evitar tergiversaciones, hemos elegido 10 de los mitos más comunes a este respecto y pedido la ayuda de dos especialistas, el doctor Héctor Bourges, jefe del departamento de Fisiología de la Nutrición y Tecnolo-

gía de los Alimentos del Instituto Nacional de la Nutrición (INN) y la licenciada en nutrición Erlinda Madrigal, también del INN. Ambos nos han asesorado para aclarar estas 10 falacias. Aquí presentamos cinco y en la próxima entrega de **Consuma: No reste** publicaremos el resto.

1) **El caldo es más nutritivo que los alimentos con que se preparó.** A estos alimentos se les considera "bagazos" que hay que desechar. La realidad es muy distinta: los caldos tienen bajo contenido de nutrientes (proteínas, vitaminas, minerales, carbohidratos, etcétera) y lo que verdaderamente vale la pena son las leguminosas (frijoles por ejemplo) o carnes (de cualquier tipo) con que se preparan.

2) **Los alimentos refinados son mejores.** En realidad el azúcar y la harina refinadas y el arroz sin cáscara carecen de una parte importante de sus nutrientes originales. El proceso de refinamiento de los alimentos sólo los encarece y les quita propiedades.

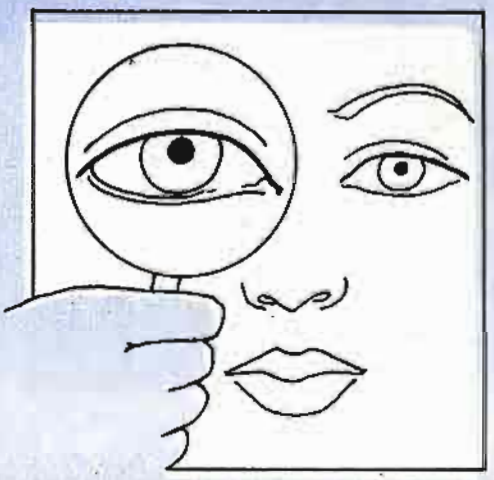
3) **Algunos alimentos combinados entre sí pueden hacer daño.** Esto se dice en el caso del aguacate y la leche, el vino y la sandía, el plátano y la leche, entre otros. La verdad es que en una dieta bien balanceada y comiendo alimentos en buen estado no hay ningún peligro al combinar.

4) **Algunos alimentos en buen estado pueden ser dañinos.** Algunas veces se cree que ciertos alimentos han hecho daño por sí mismos, independientemente de las condiciones de preparación o del estado de los mismos. Esto es erróneo, pues se deja de ingerir ese alimento, provocando una dieta incompleta.

5) **Hay personas alérgicas a ciertos alimentos.** La verdad es que el huevo, el pescado, los mariscos, la carne de puerco, la leche y el resto de los alimentos, sólo hacen daño en caso de que se hayan echado a perder. Es muy raro que se tenga alergia a un tipo de comida.

PRECIOS

El mejor inspector es el propio consumidor



Todos los días los consumidores se enfrentan a experiencias desalentadoras al momento de hacer sus compras: violaciones de los precios oficiales, especulaciones, condicionamientos, ocultamientos y negativas de venta se suceden con alarmante frecuencia.

Tratando de evitar en alguna medida estos hechos y de proporcionar elementos para que los consumidores se conviertan en guardianes de sus propios intereses, la Secretaría de Comercio auspicia un Programa de Difusión de Precios Máximos al Consumidor que, entre otras cosas, se ocupa de difundir los precios tope de los productos sujetos a control oficial, orientar sobre los derechos y obligaciones que confiere la ley al comercio organizado y atender las denuncias de violaciones en materia de precios a través de un sistema ágil de captación de quejas.

Para esto, además de llevarse a cabo una campaña informativa permanente a través de los medios masivos de comunicación, se han puesto en servicio módulos fijos y unidades móviles de información y quejas.

Los módulos fijos son casetas localizadas en zonas donde tradicionalmente existe una elevada actividad comercial.

Las unidades móviles, en cambio, son vehículos automotrices adaptados que siguen rutas diseñadas previamente para recorrer los principales mercados y centros de consumo del Distrito Federal y área metropolitana.

En cualquiera de los dos tipos de unidades los consumidores pueden adquirir gratuitamente listas de precios, recibir orientación personal sobre disposiciones vigentes en materia de comercio e interponer sus quejas en cuanto a irregularidades comerciales, las que son atendidas de inmediato por inspectores que colaboran en esta campaña.

LIMPIEZA

Quitamanchas caseros

Hay una serie de sustancias económicas y casi siempre presentes en el hogar que cumplen perfectamente las funciones de un desmanchador, evitando tener que llevar las prendas manchadas a la tintorería y permitiendo prescindir de productos industrializados. Enseguida indicamos algunos secretos del arte de desmanchar:

- Los desmanchadores caseros más útiles son: limón, agua oxigenada, acetona, bicarbonato de sodio, agua mineral, alcohol industrial, vinagre blanco y amoniaco.
- Para mayor eficacia, es importante que la acción reparadora se haga inmediatamente después de que se produzca la mancha.
- En todos los casos, después de aplicar los remedios indicados, las prendas deben lavarse normalmente con agua y jabón o detergente (por supuesto se excluye de esta norma la ropa que debe lavarse en seco).
- **Las manchas de proteínas (carne o vegetales)** se quitan tallando con una solución hecha con media cucharada de bicarbonato de sodio y medio litro de agua. Puede

usarse también alcohol o agua mineral.

• A las **manchas de grasa** debe aplicárseles cuanto antes limón, sal o talco, que tienen la propiedad de absorber la grasa para que no se impregne en la tela. Posteriormente deben lavarse con agua caliente y abundante jabón o detergente. Si no desaparecen de esta manera, hay que usar un solvente de grasas, como la acetona o la gasolina blanca, teniendo mucho cuidado de no aspirar las emanaciones y no usar grandes cantidades, pues son sustancias inflamables.

• Para grasa más difícil debe emplearse una mezcla de limón con detergente en partes iguales.

• El amoniaco sirve para quitar las manchas causadas por sustancias ácidas; se vende en soluciones al 10 por ciento y, aunque en general no daña las telas, debe diluirse en agua cuando vaya a aplicarse sobre superficies muy delicadas. Es conveniente probar sobre una área reducida antes de aplicar de lleno sobre telas de color.

• Cuando un chicle queda pegado en la ropa, no hay que jalarlo bruscamente porque se corre el peligro de romper la prenda. Lo mejor es pasar un hielo por la parte contraria de la tela hasta que el chicle se endurezca y pueda quitarse fácilmente.

• Con respecto a las **manchas de frutas,** generalmente se quitan con agua hirviendo, lavando después con detergente. Si persisten, se puede usar agua oxigenada.

• Las **manchas de huevo** deben lavarse inmediatamente con agua fría y detergente.

• Cuando hay **manchas de sangre** hay que remojar la tela en agua fría (nunca en agua caliente porque se fijaría la mancha) hasta que tome un tono café. Después debe lavarse con jabón.

• Si son **manchas de vino,** en primer lugar hay que absorber el exceso de líquido y lavar después con agua mineral o agua fría.

• Si son **manchas de tinta,** el tomate verde cortado a la mitad y colocado directamente actúa con rapidez.

NUEVO PRECIO

Muy a nuestro pesar, y presionados por los incrementos en el precio del papel, impresión y demás elementos que conforman una revista, nos vimos obligados a aumentar el precio de Revista del Consumidor.

El hecho no deja de apenarnos, sabedores que una de nuestras tareas es, precisamente, ayudarlo a no gastar de más. De cualquier manera, estamos empeñados en proporcionarle, en cada número, la información necesaria para que, a final de cuentas, ahorre con creces los 20 pesos que desde ahora costará esta publicación.

CULTURA Y DIVERSION

Otros beneficios del Plan Joven

En la entrega anterior de **Consuma: no reste** hablábamos de algunas ventajas de la tarjeta Plan Joven de CREA y los requisitos para obtenerla.

Queremos ahora señalar que no sólo los jóvenes de 12 a 29 años reciben beneficios; también los comerciantes obtienen provecho con este sistema. Así lo asegura el señor Gilberto Nava, encargado de la óptica Londres, de Sonora 204: **"afiliándome a la tarjeta Plan Joven he tenido la ventaja de tener más clientela y en consecuencia mayores ingresos. Ha sido muy bueno porque esta tarjeta tiene demanda y todos los días recibo entre uno y cinco jóvenes afiliados que obtienen descuentos del 15 por ciento en la compra de anteojos y del 10 por ciento en la adquisición de lentes de contacto".**

Por su parte, el encargado de la Librería de Cristal sucursal Ejército Nacional, Miguel Mondragón, señala que: **"la tarjeta de CREA representa un 30 por ciento de las ventas en esta librería. Diariamente vienen entre 10 y 15 jóvenes que reciben descuentos del 5 al 10 por ciento en la compra de cualquier libro, excepto los de texto".**

Otra de las ventajas del sistema Plan Joven son los bancos de información, que distribuidos en toda la república orientan sobre los servicios que los organismos públicos y los privados ofrecen a los jóvenes.

Los principales tópicos sobre los que se informa en estos sitios son: **Educación,** incluyendo todos los niveles; **Becas** en el país y en el extranjero; **Bolsa de Trabajo; Orientación** sobre el control de farmacodependencia y alcoholismo; **Asesoría** jurídica y para la obtención de pasaportes, cartillas y licencia de manejo; **Eventos Deportivos; Turismo,** albergues juveniles, transportes, hoteles.

Estos bancos de información, donde se atiende al público de 9 a 19 horas y de lunes a viernes, se ubican en varias ciudades de la república como Aguascalientes, Campeche, Cancún, Colima, Pachuca, Durango, Guadalajara, Hermosillo, Mérida, Villahermosa,.

Querétaro, Morelia e Irapuato, entre otras.

En el Distrito Federal hay varios locales ubicados en: Av. México y Camino a Santa Teresa, colonia Magdalena Contreras; Serapio Rendón 76, colonia San Rafael; Martha 181 esquina Henry Ford, col. Guadalupe Tepeyac; Av. Universidad 975 frente a Plaza Universidad y Glorieta del metro Insurgentes.

PLATILLO ECONOMICO

"Milanesas" de vigilia

Aunque falta mucho para la próxima cuaresma, sugerimos en pleno septiembre este guiso porque tiene la ventaja de ser nutritivo y muy barato.

Su ingrediente básico son los tallos de las acelgas, que muchas veces se desaprovechan únicamente por tener un color más tenue que las hojas. En realidad las propiedades de los tallos son similares al resto de la verdura e inclusive contienen mayor cantidad de fibra, que ayuda al buen funcionamiento del aparato digestivo.

Preparación: Se lavan los tallos y se ponen a hervir en agua con sal hasta que se ablanden. Se escurren, se parten en trozos medianos y se capean pasándolos por harina y clara de huevo batida. En otro recipiente se prepara un caldillo de jitomate, chile pasilla o mole, al que posteriormente se agregan los tallos capeados.

Fácilmente se obtiene un platillo para dos personas con un costo no superior a los 11 pesos.

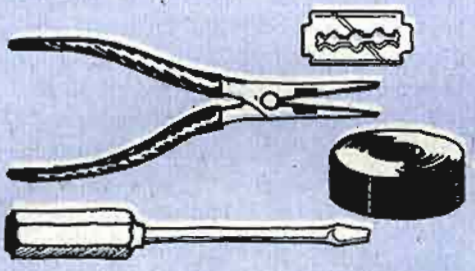
Un manojo de acelgas (6 o 7):	5.00 pesos
Un huevo:	1.50
Un jitomate:	4.00
Total:	**10.50 pesos**

REPARACIONES CASERAS

Sistema eléctrico

Clavijas rotas, contactos flojos, cortineros caídos, llaves que gotean son sólo algunas entre las múltiples descomposturas que se presentan frecuentemente en todas las casas, obligando las más de las veces a llamar al especialista, con el consecuente gasto que hace tambalear el presupuesto. Hay, sin embargo, desperfectos que uno mismo, sin ser autoridad en la materia, puede arreglar con sólo seguir sencillas instrucciones y ayudado de algunas herramientas.

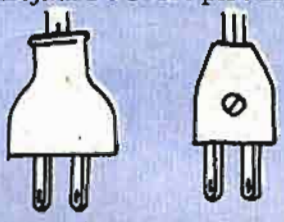
En esta sección queremos orientar sobre la manera de llevar a cabo



esas composturas, posibilitando el buen funcionamiento de las cosas y un ahorro de no poca monta.

Empezaremos con algunas reparaciones eléctricas. En principio hay que saber que:

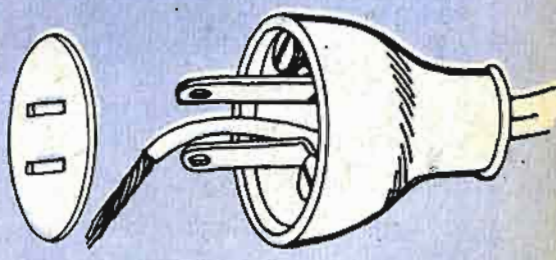
- Las herramientas primordiales son un desarmador plano, unas pinzas, una navaja y cinta de aislar.
- No hay que olvidar nunca que antes de iniciar cualquier trabajo de electricidad es necesario quitar la corriente o desconectar el aparato que se vaya a reparar.
- También hay que recordar que es muy peligroso trabajar con las manos mojadas o sobre piso mojado.



Cómo cambiar una clavija

Hay, básicamente, dos tipos de clavijas: las de hule y las de plástico.

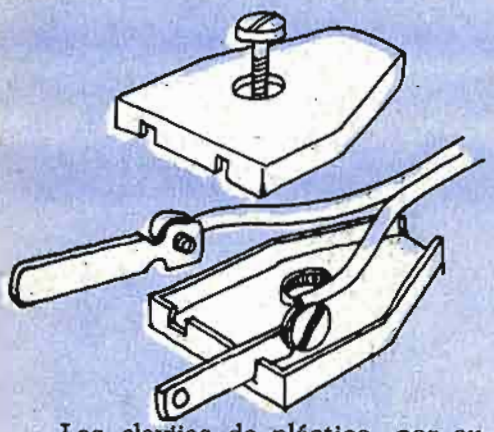
Para cambiar clavijas de hule, primero se debe quitar la tapa de cartón, luego se aflojan los tornillos y se apartan los cables. Si el cable está quemado o roto, se corta la parte inservible, se pela (se le quita



LO BUENO LO FEO LO INSOLITO LO MALO LO BUENO

De oportunista puede calificarse la actitud de los dueños de la tienda De Todo, al colocar un puesto de carnitas exactamente al lado del departamento de salchichonería. Y no es sólo que se aproveche el cansancio de las personas que tienen que esperar su turno para ser atendidas, propiciando el antojo con los apetitosos tacos. Lo más grave es que los precios que cobran por ellos son de verdad exorbitantes: ¡15 pesos por cada uno! Invariablemente, las personas que ceden a la tentación de comerlos quedan azoradas en el momento en que les pasan la cuenta. Y no es para menos, pues en otros lugares el precio promedio de los tacos de carnitas es de ocho pesos. Aunque el precio de estos alimentos no está reglamentado, es justo decir que ¡no se vale, señores de De Todo!

el plástico que lo recubre) y se enrosca. Acto seguido se mete el cable por detrás de la clavija y se atornilla como estaba al principio: una punta del cable en cada tornillo. Se coloca la tapa de cartón y se jala el cable para verificar que quedó firme.



Las clavijas de plástico, por su parte, tienen un tornillo en el centro que debe quitarse para poder abrirlas. Una vez abierta, se aflojan los tornillos y se quita el cable. Como en el caso anterior, se corta el cable y se pela. Se atornillan los cables y se coloca cada pata en la hendidura correspondiente en la mitad de una tapa. Se pone encima la otra mitad, embonando bien y colocando el tornillo. Antes de conectar hay que jalar el cable para ver si está firme; si no es así, debe abrirse otra vez y apretar bien.

Cómo arreglar un soquet

Cuando un portalámparas o soquet no funciona, lo primero que debe hacerse es verificar que el foco no esté fundido (para ello debe probarse en otro portalámparas). Si el foco está en buen estado, debe revisarse el portalámparas para encontrar el desperfecto, pero, antes que nada, es indispensable desconectar la energía eléctrica.

Hecho esto, hay que desatornillar la tapa del soquet y revisar los cables. Si están flojos o quemados, se corta un trozo de cable y se pela, volviéndolo a atornillar y colocando nuevamente la tapa.

Si los cables están bien pero sigue sin funcionar, debe revisarse el sitio donde se atornilla el foco. Allí hay uno o dos tornillos o remaches que cuando están flojos impiden el paso de corriente. Si son tornillos hay que apretarlos con un desarmador delgado; si se trata de remaches hay que sacar el soquet, apoyarlo en la orilla de una mesa y golpear ligeramente los remaches con un clavo y un martillo.

Pero cuando los cables y los remaches están bien y el foco sigue sin encender, la descompostura se debe a que el foco no hace suficiente contacto con el soquet: para arreglar esto sólo hay qué levantar un poco la laminita del centro (que tiene forma de lengua) con un desarmador, a fin de que el foco haga buen contacto.

(De la colección "Cómo hacer mejor", editada por la Secretaría de Educación Pública).

ECONOMIA DOMESTICA

Trucos para ahorrar

Seguimos con los "tips" de ahorro, fruto de la experiencia y el ingenio de los propios consumidores.

La señora Guadalupe Estrada de Jiménez, madre de tres pequeños y residente en la colonia Florida,relata que su principal problema es la falta de tiempo. Ella trabaja dando clases de inglés todas las mañanas y por ende no tiene oportunidad de preparar la comida, pero tampoco cuenta con un presupuesto suficiente para comprar los alimentos preparados. **"Por fortuna —indica— encontré la forma de ahorrar tiempo y dinero haciendo de un jalón todo el menú de la semana. Los sábados es mi día de cocina, es cuando planeo y compro lo necesario para la comida de siete días.**

Ya en casa me dedico a hacer diferentes guisos que después envuelvo muy bien en papel metálico y guardo en el congelador. Así no tengo sobrantes y puedo trabajar tranquilamente sin mayores preocupaciones".

Sobre formas baratas y originales de decorar la casa, Teresa y Armando Ramos tienen varias cosas que decir; ellos forman un joven matrimonio y han logrado, con muy poco dinero, hacer de su hogar un sitio muy agradable. **"Una buena idea es usar paliacates en vez de manteles individuales y carpetas son muy baratos y quedan perfectamente con muebles tipo mexicano"**, señala la señora Ramos, y su marido agrega: **"otra idea es habilitar como mesitas las cajas de fruta que hay en los mercados; también pueden servir como libreros. Y hablando de esto, se pueden hacer libreros económicos y funcionales con tablas de 1.50 por 0.25 metros y colocando tabiques entre una y otra".**

En otro renglón, el del transporte, el caricaturista Enrique Heras explica un método para ahorrar unos pesos. El vive en Cuernavaca y por razones de trabajo debe trasladarse tres veces por semana al Distrito Federal; por fortuna ha encontrado la manera de disminuir el gasto en gasolina y casetas que implica recorrer 85 kilómetros de carretera: **"tengo un vecino que también viaja al D.F. cada tercer día y hemos hecho un trato mediante el cual nos turnamos para ir una vez en su automóvil y otra en el mío. Así nos dividimos el costo entre dos y los autos se desgastan menos".** Si esta costumbre se

De 7:45 a 8 hrs. escuche "LO QUE SEA DE CADA QUIEN" por XEB.

extendiera a quienes viven no sólo en Cuernavaca, sino en zonas periféricas de la ciudad (Naucalpan y Tlalnepantla, por ejemplo) e incluso entre vecinos que trabajan en sitios cercanos, se obtendría un buen ahorro y de paso se contribuiría al control de la contaminación ambiental.

[Información: Susana Rodríguez.]

LOS FAMOSOS CONSUMEN

YOLANDA VARGAS DULCHE

Creadora de personajes como María Isabel, Yesenia y Rarotonga, que han acaparado la atención de millones de lectores de la historieta "Lágrimas, Risas y Amor", Yolanda Vargas Dulché nos habla de sus costumbres como consumidora.

— Como especialista en personajes femeninos ¿considera cierta la afirmación de que las mujeres son más consumistas que los hombres?

Pues sí, y esto se debe a la coquetería femenina, pues siempre nos gusta estar a la moda, y los deberes en el hogar nos obligan a estar al tanto de comestibles y accesorios, cosas de las que el hombre ni se entera.

— ¿Qué tipo de tiendas prefiere?

Las grandes y las que me queden más cerca, pues aunque son un poco más caras, compenso el gasto con lo que me ahorro en tiempo y gasolina.

— ¿Hace compras en el extranjero? ¿En qué países?

Sí. Por la variedad, surtido y cercanía prefiero Estados Unidos.

— ¿Suele realizar compras por impulso?

Sí, pero básicamente debido a la curiosidad que despierta en mí la publicidad. Desafortunadamente en muchos casos es un fiasco.

— ¿Qué hábitos anticonsumistas fomenta entre su familia?

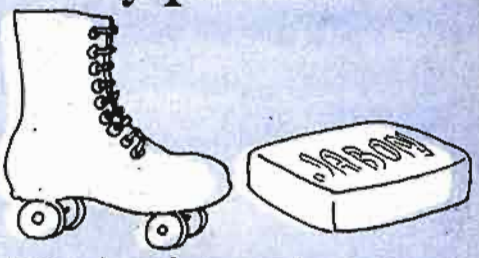
Lo que más influye es el ejemplo y yo no soy muy compradora. No acostumbro salir a comprar por cualquier motivo, sino que me espero a que me hagan falta una serie de artículos que voy apuntando en una lista.

— ¿No le parece que con sus historietas se propicia el consumismo desmedido de este tipo de literatura?

No creo, pues con ellas proporcionamos un entretenimiento barato. Y a pesar de todas las críticas que nos hacen, el gasto es justificado, porque permite un momento de esparcimiento para apartarse de la vida agitada, de las carencias y necesidades.

NORMAS COMERCIALES

De jabones y patines



1) Con la euforia por los patines, entusiasmo, por cierto, totalmente importado, como las películas de Linda Blair, no sólo hemos tenido que sufrir una avalancha de patinadores que no respetan banquetas ni ejes viales; también nos hemos visto afectados por fraudes y publicidades engañosas. Esto último ocurrió con los expendedores de "Patines Profesionales", comercio ubicado en Puebla 92, que en un diario vespertino anunciaban sus productos bajo la llamativa leyenda: "$$ GANE MUCHO $$", cuando, por supuesto, no había manera alguna de recibir dinero en la compra de un par de esos zapatos rodantes.

Dado que este tipo de publicidad viola las disposiciones del artículo

revista del
consumidor
BUENOS CONSEJOS
PARA GASTAR MENOS
Y COMPRAR MEJOR
220.00 pesos (12 números)
que le pueden ahorrar miles
para suscripciones llame al
568-87-22 o al 550-29-52

quinto de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que establece la obligación de todo proveedor de informar veraz y suficientemente al consumidor y prohíbe la publicidad, leyendas o indicaciones que induzcan a error sobre el producto, la Dirección General de Normas Comerciales de la Secretaría de Comercio notificó a los distribuidores de "Patines Profesionales" la necesidad de que supriman de sus anuncios la leyenda aludida o la sustituyan por otra que de ninguna manera sugiera que consumiendo ese producto se gana dinero.

2) Hasta hace unas semanas, los usuarios de jabones de la compañía "Cullen y Asociados, S.A." no sabían a ciencia cierta si el artículo con que se lavaban era nacional o importado. Esto se debía a que los empaques de los jabones "Ives Saint-Laurent", "Eau Libre" y "Rive Gauche" ostentaban indicaciones como "savon pour le bain" y "savon de toillete", dando a entender que procedían del país galo. Para defender al consumidor de estas confusiones, la Secretaría de Comercio emitió un dictamen solicitando a los citados fabricantes la supresión en envases y etiquetas de cualquier tipo de información en otro idioma que no sea el español, pues de otra manera se estará violando el artículo séptimo de la Ley Federal de Protección al Consumidor que en su primera parte señala la obligación de que "**en todos los casos, los datos que ostenten los productos y sus etiquetas, envases, empaques y la publicidad respectiva estarán en idioma español, en términos comprensibles y legibles...**", haciendo excepciones sólo cuando se trate de artículos destinados a la exportación.

Economice con "retazos"

Una manera barata de hacer ensaladas, sandwiches y otros platillos con carnes frías es aprovechar las sobras de los supermercados. En los departamentos de salchichonería suelen quedar extremos de los trozos de jamón, mortadela, pastel de pollo, queso de puerco y otras carnes frías. Estas piezas, que ya no pueden ser usadas para vender en rebanadas, pero que conservan su sabor y propiedades nutritivas, se ponen a la venta a precios económicos: un promedio de 100 pesos el kilo de jamón cocido y 50 pesos el de surtido de diferentes carnes y embutidos. El ahorro es considerable si tomamos en cuenta que el precio normal del jamón es de alrededor de 150 pesos el kilo.

Son varios los usos que se pueden dar a estos "retazos" de carne: preparar sandwiches, ensaladas, picadillo para espaguetti o ricas croquetas. Para hacer estas últimas se deben licuar los trozos de carnes frías con leche, mantequilla y especias; después se forman pequeñas bolitas que se pasan por huevo y pan y se fríen. También pueden usarse estas piezas para añadir a las sopas de lentejas y habas o para preparar el típico potaje.

Dado que no son de los artículos más redituables para las tiendas, estos residuos de carnes frías no suelen ofrecerse con bombo y platillo, por lo que lo más conveniente es preguntar por ellos a los dependientes del departamento de salchichonería.

Haga la prueba y descubrirá que son "desperdicios" muy aprovechables y dignos de cualquier mesa. Sólo hay que recordar que:

- El hecho de que sean sobras no significa que estén en mal estado.
- De todas formas, al igual que en la compra de otras carnes, se debe comprobar el buen olor, color y sabor que refleja su buen estado.
- Ya en su casa, separe las piezas, lávelas y déjelas secar para eliminar las mezclas de sabores y condimentos. Envuélvalas en papel aluminio o plástico y guárdelas en el refrigerador. También puede congelarlas.

FALTAN 46 DIAS PARA EL DIA MUNDIAL DE LA ALIMENTACION

¿Sabía usted que en México se producen anualmente 25 millones de toneladas de cereales industrializados de bajísimo valor alimenticio, mientras que cerca de 35 millones de compatriotas padecen de desnutrición y subalimentación?

COMITES DE CONSUMIDORES

Dónde acudir

Durante varios meses hemos venido publicando reportajes sobre los diferentes comités de consumidores de la ciudad que, por fortuna, tienden a proliferar. Ahora queremos recopilar los datos de cada uno de ellos: nombres, direcciones, teléfonos y personas responsables, con el fin de que los lectores puedan acercarse al comité de su zona, retomando el viejo lema de que "la unión hace la fuerza".

En el caso de que ninguno de estos comités le corresponda, no se desaliente: existe la alternativa de empezar a formar el de su colonia, unidad habitacional o calle. En la Subdirección de Organizaciones Comunitarias de la Procuraduría Federal del Consumidor hay promotores que con gusto le darán orientación y asesoramiento para la constitución de un nuevo comité. La dirección es Carmona y Valle 11, México 7 y el teléfono 761-38-11.

• **Comité Guardería Rosaura Zapata:** José Sotelo Castañeda 613 int. 5, colonia Vista Alegre, México 17. Presidenta: Enriqueta López Esquivel.

• **Comité de la manzana 28 de la colonia Portales:** Rumania 209 depto. 1, México 13. Presidenta: Francisca González de Sesma.

• **Comité de la colonia Verónica Anzures:** Bahía de Santa Bárbara 56 depto. 1, México 17. Pdta: Esperanza Olmos de Navarro.

• **Comité "Comisión Nacional Agraria":** Industria y Comercio 12 Col. Federal, México 9; teléfono 571-59-41. Presidenta: Josefa Corpus de Doncel.

• **Comité Unidad Habitacional El Risco:** Andador 28 de Fernando Amilpa 232, México 14. Pdta: Lilia Contreras de Faz.

• **Comité de la escuela Héroes de la Naval:** Calle 13 núm. 46, colonia Olivar del Conde, Primera Sección, México 19; teléfono 651-67-28. Pdta: Graciela Carvallo de Ramírez.

• **Comité de la calle 633 de San Juan de Aragón:** Calle 633 núm. 106, México 14. Pdte: Pedro Durán Gómez.

• **Comité de la Unidad Habitacional Kennedy:** Fray Servando Teresa de Mier 728 México 9; teléfono: 552-25-79. Presidente Enrique Torres.

• **Comité Coordinador de Protección al Consumidor de voluntarias de la colonia San Miguel Chapultepec:** General León 87-404; teléfono 277-62-70. Pdta. Elena Acosta de Solís.

• **Comité de la colonia Nonoalco Mixcoac:** Sebastián del Piombo 40, Méx. 19. Pdta. Soledad Castillo de Favila.

• **Comité Santa María de Ciudad Netzahualcóyotl:** Colonia Santa María 197, manzana 2, lote 26, México 13. Presidenta: Ma. Luisa Cárdenas de Pérez.

• **Comité de la calle cuatro de la Unidad Concordia:** Calle 4 núm. 113, edificio A, departamento 201, Unidad Concordia Infonavit, Col. Pantitlán. Presidente: Francisco Ayuso.

• **Comité de la primera sección de Pedregal de Carrasco:** Rinconada de la Fauna, edificio Antílope, departamento 401, México 22. Presidente: José Humberto Romero Saldívar.

[Información: Ximena González]

UDICCIONARIO ANTICONSUMISTA

Por MAURICIUS

UFANO/A.- Orgulloso, engreído. Satisfecho, contento.
Estado que es posible observar y comprobar en todos aquellos consumidores que, tras presentar sus quejas a la Procuraduría Federal del Consumidor y aguantarse el período de conciliación o litigio, arriban a buen y efectivo puerto como resultado de sus justas demandas. Hasta pueden parecer vanidosos, pero no es para menos. Se justifica plenamente.

ULTRAMARINOS.- Comestibles traídos de la otra parte del mar, y tienda donde se venden.
A algunos de estos comercios sólo les queda esta simbólica denominación en los carteles que ostentan, ya que los productos que venden son de aquí nomás o, a lo sumo y con algo de viento a favor, de Veracruz o Guadalajara.

En cuanto a los que sí conservan esa modalidad de importación, atención con los precios en dichos locales, porque en lugar de provenir de América, Asia o Europa, pareciera tratarse de artículos traídos de Marte o Saturno.

UNIDAD.- Cantidad que se toma como medida común de todas las demás de igual clase.

En especial, preste mucha atención a las de peso y capacidad, porque hay demasiadas empresas y comercios que han "patentado" tablas de unidades de acuerdo a modelos propios y exclusivos: aquellos en que, tanto el kilo como el litro, por ejemplo, resulta que tienen —en envases y productos— mucho menos de lo que debieran tener. Por una de esas extrañas casualidades, siempre menos...

URGENCIA.- Calidad de urgente, gran prisa.

Necesidad creada, en muchos casos ficticiamente, como justificación de adquisiciones perfectamente prescindibles o, al menos, realizables sin ese toque de apremio y que suele provocar compras deficientes o desacertadas... y a precios superiores a lo normal, producto de ese acto cumpulsivo e imperioso.

En ocasiones, esta característica de "urgente" está astutamente fomentada por consignas publicitarias consumistas, mismas que se encargan de adoctrinar que es imposible aguardar "un minuto más" para poseer tal o cual artículo...

CHAMPUES

Nada más que pura espuma

La publicidad de champúes es, sin duda, una de las más abundantes. Pero también gana sus lauros entre las que usan las falsas promesas. Cabellos volátiles que recuperan su peso, cabellos resecos que se vuelven suaves como la seda, cabezas opacas que de pronto reflejan hasta la luz de un cerillo, orzuelas que se esfuman como por arte de magia... ¿quién no sueña transformar su rebelde cabellera en cinematográficos rizos al conjuro del agua y de la espuma? Sin embargo, los sueños sueños son porque, entre otras cosas, los champúes no son sino pura espuma.

La Dra. Cecilia Vázquez —del Servicio de Dermatología del Hospital General de México— señala que sólo una dieta balanceada provee los nutrientes que van a la raíz del cabello. **"El cabello es sustancia inerte —queratina— y por consiguiente no absorbe los champúes vitaminados** —dice—; **las emulsiones, los enjuagues, sólo rellenan sus pequeños huecos —como si actuaran sobre una esponja— pero esto dura muy poco tiempo y, al quitarse, el cabello no ha cambiado en absoluto"**. En opinión de nuestra entrevistada, estos efectos transitorios no requieren de un champú costoso: la mezcla de aceite de olivo y yema de huevo —o la mayonesa— equivale a cualquier preparación "para pelo seco" y una cucharada de vinagre en un litro de agua de enjuague aporta la acidez que produce el brillo.

En cuanto a la orzuela —que según los anuncios es eliminada por determinados productos— la doctora es categórica: **"No existe el champú que la quite; la única solución es el corte"**, afirma. Del mismo modo responde acerca de la eficiencia de las ampolletas de diverso tipo que se expenden en el comercio: **"El efecto es más bien psicológico; mientras se las usa puede haber una aparente mejoría, pero al descartárselas el problema vuelve a presentarse pues nunca ha desaparecido"**.

Los únicos jabones o champúes efectivos son algunos anticaspa que contienen hulla o ácido salicílico. En este caso conviene tratar el cabello con continuidad, pues muchas veces la caspa se debe a cuestiones orgánicas o genéticas de consecuencias muy perdurables.

En lo que se refiere a las mujeres embarazadas, es común que el cabello se reseque y se quiebre, sobre todo durante los seis meses posteriores al parto. Dado que las causas son hormonales, sólo se puede esperar que el organismo se reajuste; mientras tanto, las recetas caseras que hemos dado ayudan a mejorar su apariencia.

El precio de los champúes oscila (el del bote grande) entre 70 y 100 pesos, sin contar algunos muchísimo más caros. No enloquezca buscando el mejor. Use un champú suave y alcalino (para que efectivamente limpie), y elija el más barato de todos; lave su cabello diariamente, y si el estímulo produce un exceso de grasa, utilice un producto anticaspa. Cuide que en su dieta abunden las vitaminas y controle los desarreglos orgánicos. Si de lo que se trata es de mejorar la apariencia recurra al aceite, al huevo y al vinagre. De este modo no desequilibrará sus gastos inútilmente y logrará buenos resultados. Si de todas maneras opta por el encanto de la espuma, tenga en cuenta que lo único que se perjudicará es su presupuesto: los champúes no curan pero tampoco dañan. Con una excepción: el champú Lindano, un producto especial para la pediculosis (piojos), que puede provocar crisis convulsivas en los niños.

PROHIBIDO TIRAR

Cómo renovar la ropa

La operación para que alguna prenda que ha sufrido los efectos del uso quede casi como nueva no es demasiado complicada. Sólo hace falta que usted le dedique un poquito de su tiempo y que siga atentamente estas instrucciones.

Uno de los "puntos débiles" de las camisas de mangas largas es el dúo puños-cuello; allí —como en ciertas arruguitas de la piel— la edad se delata sin atenuantes. La solución es simple: consiste en voltearlos. Los pasos, en el caso de los **puños,** son los siguientes:

- Una vez limpia la camisa, hilvane el corrugado de la manga donde se pega el puño.
- Descosa el puño (que es una tira de dos hojas entre las cuales viene cosida la manga). Voltee el puño: la parte que estaba en contacto con la muñeca quedará a la vista.
- Vuelva a coser en la misma forma (la manga, con su fruncido —sostenido por el hilván— quedará entre las dos hojas).
- Retire el hilván y planche cuidadosamente.

Si el desgaste se hubiera producido en el borde, lo conveniente es descoser completamente las dos hojas del puño y doblar hacia el interior la parte rota.

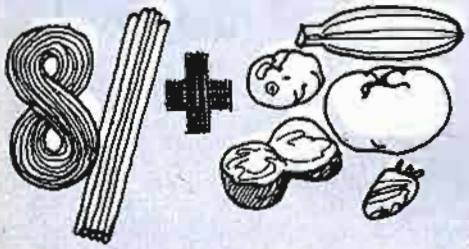
Si lo que se quiere renovar es el **cuello,** se usa el mismo método. Una vez volteado lo único que habrá que modificar es la ubicación del ojal, ya que quedará invertido. Ciérrelo y cosa el botón sobre la costura. Abra luego un nuevo ojal en el lado correspondiente (el iz-

Sintonice: "QUIEN ES QUIEN EN LOS PRECIOS" a las 6:15 por EX RPM 660 y a las 7.30 por EXMP 710.

quierdo en el caso de los hombres). Y ¡ya! En escasos minutos y a un costo bajísimo la vieja camisa ha quedado como nueva. Y un consejo más: si tiene una camisa con los codos agujereados, no la tire; conviene transformarla en una prenda de mangas cortas; sólo hay que cortar y coser luego un dobladillo.

ALIMENTOS

Enriquezca sus sopas



Es muy común en nuestro país dar sopa de pasta como primer plato de la comida diaria. Y a fuerza de costumbre muchos padres la consideran un platillo muy nutritivo que deben dar siempre a sus hijos.

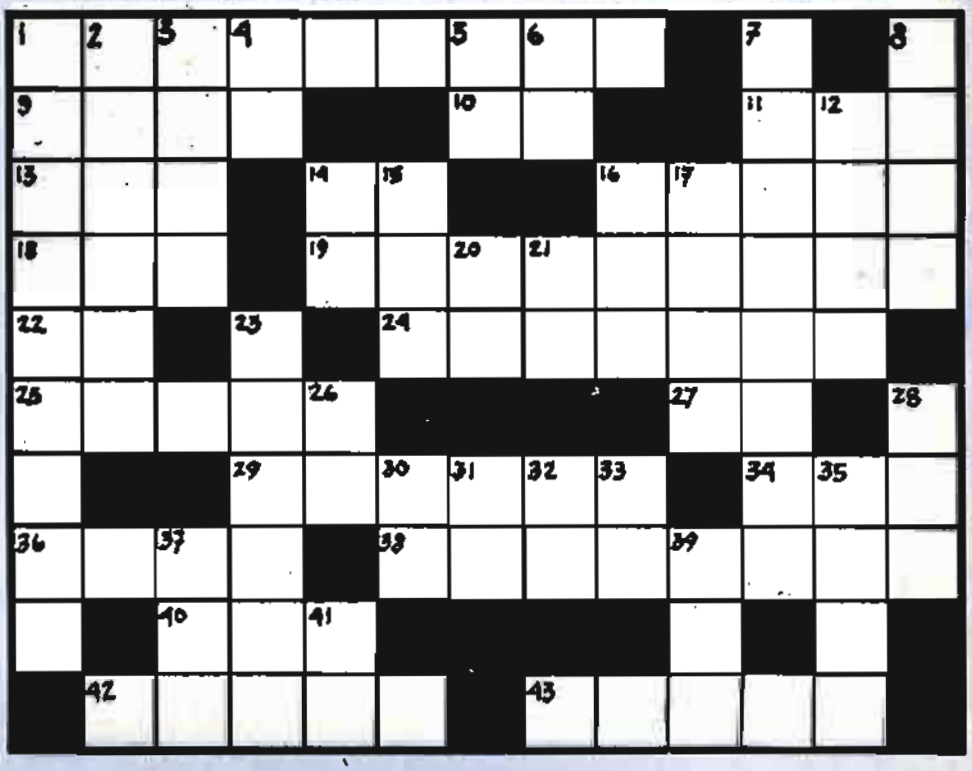
Sin embargo, la pasta es un alimento que proporciona casi exclusivamente carbohidratos, sustancias que pueden originar obesidad. De hecho, lo más alimenticio de este tipo de sopas se debe al jitomate con que se hace el caldo.

Pese a su escaso valor nutritivo, sería absurdo pretender desterrar de tajo la sopa de pasta de las costumbres gastronómicas del mexicano. Sin embargo, lo que sí se puede hacer es añadirle elementos nutritivos, ya sea agregándole algunas verduras y legumbres o piezas de carne de res o pollo. En este último caso, no hay que olvidar que resultan más baratas e igualmente alimenticias las menudencias de pollo (mollejas, corazón, hígado), ricas en proteínas y vitaminas.

En el caso de querer enriqueeer una pasta seca, se puede acompañar con carne molida y queso.

CRUZADAS DEL CONSUMIDOR

Por MAURICIUS



HORIZONTALES

1) Relativo al turismo (trate de recorrer primero nuestro país antes de conocer otros... y que le cumplan las condiciones pactadas). 9) Pez de color negro azulado por encima y gris plateado por debajo (con o sin boicot de USA, préstele atención por sabroso y nutritivo). 10) Voz que, repetida, sirve para arrullar al niño. 11) Recinto circular y cubierto donde actúan payasos; equilibristas, etc. Primeras tres letras de este lugar grato a los chicos (y los grandes). 13) No se vale usar computadoras: diez multiplicado por cien. 14) Primeras dos letras del abecedario castellano. 16) Haga ruido una cosa. 18) Interjección telefónica (no abusar, que después viene el detalle de llamadas por servicio medido...). 19) **(Papel)**; el que se emplea para ciertos menesteres (con contenido normalmente menor al que anuncia su envoltorio).

22) Nota musical. 24) **(Tarjetas de)**; las que incentivan el consumo desenfrenado sin notarse... hasta el momento de pagar. 25) Religión de los musulmanes. 27) Para quienes juegan a la especulación y así les va: símbolo químico del oro. 29) En femenino, relativo a la magia (fórmula a la que apelan, por ejemplo, los anuncios de "remedios" contra la calvicie...). 34) Nave, embarcación. 36) Engaño, fraude (¡No lo permita!). 38) Preñado de la mujer y tiempo que dura (asegure a su hijo un buen inicio de vida; todas las precauciones son válidas). 40) Inic. Festival anual de la canción (el de los temas "color de rosa", o "lacrimógeno-sentimentales"). 42) **(Treinta y)**; artículo de la **Ley Federal de Protección al Consumidor** (el relativo a partes y refacciones de los servicios). 43) Dulce, agradable, liso y tierno.

VERTICALES

1) Fruto que contiene una pulpa de sabor agradable (y de efectivos valores nutritivos). 2) **(Escolares)**; los que piden a los alumnos en las escuelas (preste atención y adquiera sólo los requeridos por la SEP). 3) Especie de peinado (no los estropee con productos "maravillosos" para el cabello). 4) Prefijo privativo. 5) Dirigirse. 6) Preposición. 7) Fruto del olivo (con muy buen puntaje en hierro y calorías). 8) Del verbo creer (...pero no tanto; asegúrese). 12) Inic.del **Instituto Nacional del Consumidor.** 14) Interjección. 15) Marca de encendedor (según su publicidad, no sabe fallar; vamos, a no exagerar...). 16) Deseo, necesidad de beber (¿de las bebidas **livianas** o **pesaditas?**) 17) Juntaba uno con otro. 20) Símbolo del grado centesimal. 21) Tercera y segunda de las vocales. 23) Ese dulce en pasta, de Puebla, presentado en barritas envueltas en papel, sumamente calórico y rico en vitaminas. 26) Apócope de mamá. 28) Abreviatura de jardín zoológico (el del osito panda, para más datos). 30) Nombre letra que es abreviatura de gramo (atención con el peso exactoooo). 31) 999, en números romanos. 32) Inic. de Baja California (pero invertidas). 33) Inic. de **Alcohólicos Anónimos** (insistiremos hasta que sus locales queden vacíos...). 35) Nitrógeno. 37) Nombre del actor cómico americano Costello, famosa mancuerna fílmica con Bud Abbott. 39) Ensenada amplia. 41) Primeras dos letras de la sigla del bienamado **Impuesto al Valor Agregado.**

Solución en la pág. 30

SABANAS

Fáciles y baratas

Son muy útiles, protegen colchones y cobertores, facilitan la limpieza y resultan muy frescas en tiempo de calor, pero tienen el enorme inconveniente de ser muy caras.

Hablamos por supuesto de las sábanas, cuyo precio fluctúa entre 800 y 1 000 pesos (juego de dos sábanas y fundas), sin contar con las que llevan la firma de modistos famosos, o las "glamorosas" de satín que llegan a costar hasta cinco mil pesos.

Frente al elevado precio, de algo tan indispensable, la alternativa no debe ser dejar de usarlas, sino confeccionarlas uno mismo. En cualquier tienda donde vendan telas se puede comprar el material necesario e incluso se consigue tela de la misma calidad y estampado de las sábanas ya hechas.

Con cuatro metros de tela (que generalmente tiene 2.50 metros de ancho), hay suficiente materia prima para fabricar dos sábanas individuales y un par de fundas.

Para mayor seguridad, conviene tomar previamente las medidas de la cama; casi siempre es de 1.80 metros de ancho en las individuales y 2.50 en las matrimoniales. Sólo hay que hacer un dobladillo de 10 centímetros en la parte superior de la tela y otro de cinco centímetros en la parte inferior. A los lados el dobladillo es de uno o dos centímetros.

Para la sábana de cajón basta con hacer un doblez de dos centímetros en los extremos superior e inferior y pasar después —con la ayuda de un pasador o alfiler de seguridad— un resorte que se coserá por las puntas a la tela.

Elaborando las sábanas en casa, el ahorro es de más del 60 por ciento, pues su costo es de 370 pesos, utilizando la misma tela de poliéster y algodón, planchado permanente, que tienen las sábanas de marca (por ejemplo Polikent) cuyo valor es de cerca de 900 pesos.

Ahora que también pueden hacerse de bramante, que mientras comercialmente cuestan 253 pesos, confeccionándolas uno mismo salen en 108 pesos.

CONSUMO ALTERNATIVO

Antiestático natural

Ya se sabe: son muchos los artículos de escasa o nula utilidad y para colmo caros, que circulan en el mercado esperando que los consumidores muerdan el anzuelo. El nuevo "aerosol antiestática" es un claro ejemplo de ello.

Este producto, que se vende en frascos de 225 mililitros, con un costo de alrededor de 100 pesos, promete la eliminación de la estática en ropa, automóviles, cabello, alfombras y discos.

Posiblemente más de uno se ve tentado de echarlo en su carrito de compras, sin reflexionar en que habrá de pagar por un servicio que se puede obtener fácilmente con un elemento natural y casi gratuito, pues para neutralizar la electricidad basta un poco de agua.

Así de sencillo. Para evitar los pequeños "toques", las chispas que salen al frotar ciertas prendas, la solución es de lo más elemental: aplicar un poco de agua, que provoca la descarga del objeto sobre el que se emplea. Sólo hay que humedecer con un trapo las alfombras o tapetes, pasar las manos húmedas sobre las medias para evitar que se pegue la ropa y hacer lo mismo en el cabello para que no se levante.

De igual manera sirve la crema de cualquier tipo untada en las manos en pequeña cantidad. También el talco cumple similares funciones.

Aprenda a usar remedios naturales y evítese gastos inútiles.

GOLOSINAS

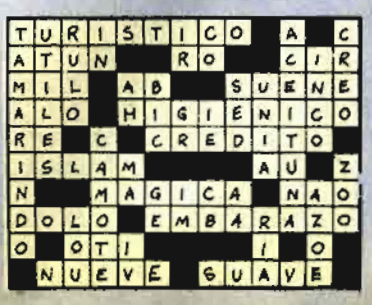
¿Cuánto cuesta el kilo de algodón de dulce?

Entre los personajes de un México típico que se resiste a desaparecer por completo —al lado de organilleros, globeros y pajareros— están los vendedores de algodones de azúcar que aún pueden encontrarse en parques y ferias.

¿Quién no recuerda la consistencia de los algodones de azúcar y la extraña sensación de éstos cuando se deshacen en la boca? Para muchos sigue siendo fascinante el observar cómo un puñado de azúcar se convierte en una nube de dulce de color rosado por acción del calor y la velocidad.

Sin ignorar la estimación que merecen estas golosinas por su tradición en nuestro país, no podemos dejar de lado el mencionar algunos inconvenientes como su posible exposición a la contaminación y su precio, que alcanza la elevada cifra de 312.50 pesos el kilo. Y si comparamos este precio con el costo de un kilo de azúcar —que es el único ingrediente de que están hechos los algodones— vemos que su precio es de 23 veces mayor. ¿Lo había pensado antes?.

SOLUCION A LAS CRUZADAS



CONFIESO...

Que soy un alimento totalmente superfluo y no contribuyo a la nutrición infantil.

Confieso que a pesar de que en un estudio del INCO se observó que el 87 por ciento de los consumidores me identifica como chocolate, con todas sus propiedades, la verdad es que de chocolate no tengo nada.

Porque la realidad es que mi ingrediente principal en la mayoría de los casos es el azúcar, que abarca del 55 al 79 por ciento de mi peso total, y en segundo lugar estoy constituido por cocoa, que es polvo de cacao sin grasa.

Confieso que el resto de mis ingredientes son la lecitina (que sólo sirve para facilitar mi disolución en la leche), saborizantes, sal y otros más, pero ni un gramo tengo de chocolate verdadero.

Confieso que en un 55 por ciento soy ingerido por menores de 12 años, en los que —por mi excesiva cantidad de azúcar— propicio obesidad y caries dental.

Confieso que aunque en algunas de mis presentaciones me añaden vitaminas y minerales, estos nutrientes son innecesarios para quien consume una dieta balanceada, pues el organismo elimina el exceso de dichas substancias.

Confieso que puedo ser altamente nocivo cuando sustituyo alimentos verdaderamente necesarios que son más económicos y nutritivos.

Confieso que en otro estudio del INCO se demostró que el 79 por ciento de los niños cree que los haré más fuertes y sanos; el 25 por ciento que los haré triunfar y ser alegres; el 13.5 por ciento que los nutriré y el 10.8 por ciento que les incrementaré la inteligencia y aptitudes escolares.

Y cuando me doy cuenta de que todo esto es definitivamente falso y producto de la distorsionada publicidad que hacen de mí, me indigna pensar que me usan para timar tanto a padres como a hijos.

Confieso, en fin, que soy de los productos más falaces y que, mientras mi valor nutritivo sea tan escaso, prefiero que todos me conozcan como lo que soy: un producto totalmente prescindible y muchas veces dañino.

(B.T.)

SERVICIOS INSERVIBLES

(1ª de cuatro partes)

6 talleres en busca de una falla

Presupuestos con diferencias abismales, demoras que se convierten en un fraude, "reparaciones" más graves que las fallas ...¿quién no ha sabido de las desventuras de cualquier propietario de automóvil cuando algo no funciona en su carro?

Ante tal alud de quejas, suspiros, protestas y versiones contradictorias decidimos investigar el tema.

La tarea estuvo a cargo del Departamento de Ingeniería del CEPAC (Centro de Pruebas y Análisis para el Consumo) perteneciente a la Sub Dirección Técnica del INCO.

Un vehículo averiado intencionalmente fue conducido por nuestros técnicos — convertidos en atribulados automovilistas— a seis talleres del Distrito Federal. Lo que allí sucedió se relata a continuación.

Servicio Almada. **Reparación rápida y barata... pero que no corrigió la falla.**

Servicio Victoria. **Arregló la falla pero provocó otras. Todo, por 907.50 pesos.**

Automotriz Aparicio. **Reparación correcta, pero a un precio y en un tiempo que no se justifican.**

Servicio Limón. **El único que corrigió la falla en poco tiempo y a un precio razonable.**

Servicio Moreno. **Reparó la falla, pero restó potencia al motor e incrementó el consumo de gasolina.**

Servicio VW Taxqueña Automotriz. **Cinco días y 1,925 pesos por una reparación que se puede hacer por 100 pesos en menos de 20 minutos.**

Lo primero consistió en tomar un carro (en este caso un VW Sedán 79) en óptimas condiciones y provocarle una falla fácil de detectar. Se decidió obstruir con una astilla de madera el conducto de la esprea de inyección del carburador. Se trata de una avería sencilla, que no requiere aparatos especializados ni complejos conocimientos para ser descubierta y cuya reparación es simple y barata. Sus consecuencias --que no afectan ningún otro sistema— son las comunes a los desperfectos mecánicos: al entrar poca gasolina se dificulta el inicio de la marcha y la potencia es débil cuando se oprime el acelerador. En esta etapa también se procedió a marcar algunas piezas para poder detectar su eventual cambio.

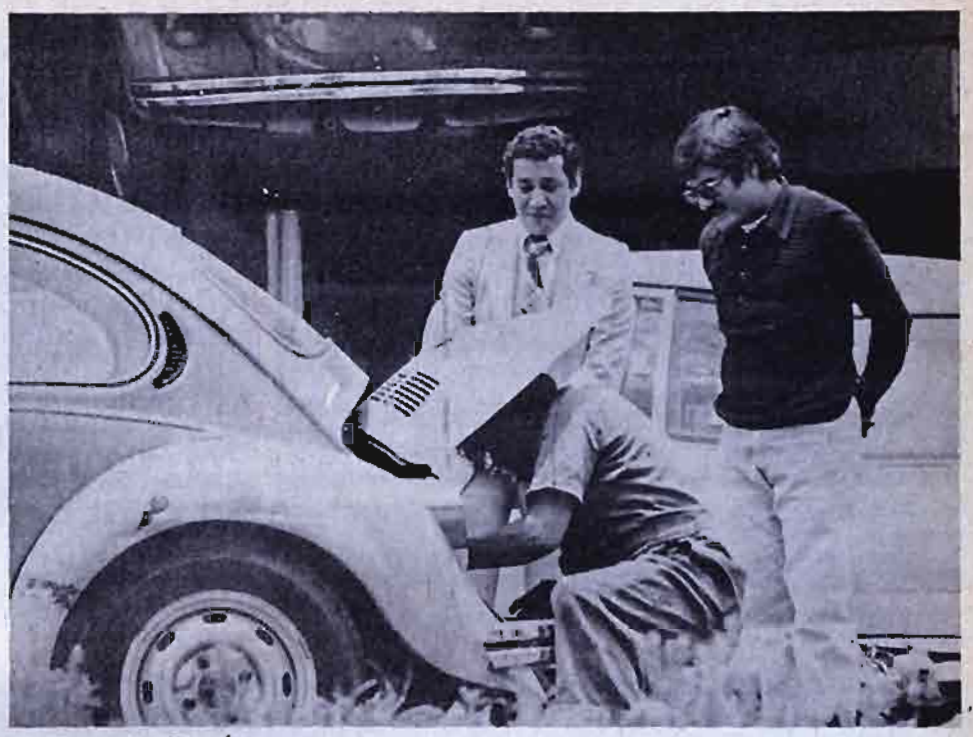
Sobre una muestra de diez talleres fueron seleccionados seis. Sus características eran similares: un mínimo de 100 mil pesos de capital en giro, local de trabajo establecido y ubicación en zonas socioeconómicas semejantes. Un taller "autorizado de fábrica" integró la lista a investigar.

Luego, con el asesoramiento y la participación de expertos mecánicos, el automóvil fue auscultado, recompuesto y nuevamente averiado antes y después de cada visita a un taller. Los investigadores del INCO —convertidos en preocupados automovilistas carentes del más elemental conocimiento mecánico— protagonizaron este experimento que un notario certificó en cada uno de sus pasos.

Ineficacia a bajo precio

Del mecánico que nos atendió en el "Servicio Almada" no se puede decir que fuera un indeciso. Casi sin escuchar nuestras explicaciones y sobre la calle que pasa frente al taller destapó el distribuidor, desconectó uno de los cables , maniobró con un desarmador y emitió su diagnóstico: los platinos estaban pegados y el motor fuera de tiempo. Realizó, a su modo, los ajustes, giró el tornillo de aceleración (dejando al motor más revolucionado) y, cobrando 50 pesos, dio por finalizada su intervención.

En 20 minutos y a un precio accesible era como para estar satisfechos... siempre y cuando la falla hubiese sido corregida. Pero no sólo la "reparación" ni la rozó sino que el estado del motor empeoró. En nuestros talleres comprobamos que los platinos habían sido calibrados en un ángulo de contacto de 31 grados (en lugar de 47 que es el correcto) y que el tiempo de encendido estaba en 18 grados de adelanto, 10 puntos y medio por encima del normal. De haber seguido usando el automóvil en estas condiciones, además de incrementarse los efec-



Técnicos del INCO se hicieron pasar por atribulados automovilistas.

QUIEN ES QUIEN EN LA INVESTIGACION DE TALLERES

Unidad utilizada: Volkswagen sedán, modelo 1979

Identificación: Placas 184 AWS — Nº de chasis 1192010551

Falla provocada: Obstrucción del conducto de la esprea de inyección del carburador.

Talleres analizados:
1 — Servicio Almada, S.A., diag. San Antonio 918, Col. Narvarte, México 12, D.F.
2 — Servicio Automotriz Victoria, Sánchez Azcona 515, Col. Del Valle, México 12, D.F.
3 — Servicio Automotriz Aparicio, J.M. Rico 523, Col. del Valle, México, D.F.
4 — Autoservicio Limón, Nicolás San Juan 607, Col. Narvarte, México 12, D.F.
5 — Servicio Automotriz Moreno, Parque Lira 9, Col. Tacubaya, México 18, D.F.
6 — Taxqueña Automotriz S.A., Miguel A. de Quevedo 1030, Col. Rosedal, México 21, D.F.

Experto automotriz: Sr. Wilfredo Abudez M.
Centro de Adiestramiento de Operadores, A.C. (CAO)

Certificación: Lic. Heriberto Román Talavera
Notario Público Nº 62
Lic. Juan Carlos Zavala Padilla
Ayudante del Notario

TABLA COMPARATIVA

CONCEPTO	SERVICIO ALMADA	SERVICIO VICTORIA	SERVICIO LIMON	SERVICIO APARICIO	SERVICIO MORENO	TAXQUEÑA AUTOMOTRIZ
RREGLO FALLA	NO	SI	SI	SI	SI	SI
PO DE TERVENCION.	Aceleró motor; desajustó los contactos de platino y el tiempo de encendido.	Afinación del motor y desajuste del tiempo de encendido.	Destapó inyector.	Cambió inyector.	Arregló carburador, checó platino, destapó inyector.	Afinación, diagnóstico, lavado, lubricación y cambio de aceite.
IEZAS AMBIADAS	No cambió piezas.	Juntas del carburador, bujías, platino, condensador, inyector, filtro de aire y filtro de gasolina. (*)	No cambió piezas.	Inyector.	No cambió piezas.	Juntas del carburador, bujías, platino, condensador e inyector.
ONSECUENCIA E LA NTERVENCION REPARACION)	No se reparó la falla. Los desajustes causarán calentamiento excesivo del motor, mayor consumo de gasolina y falta de potencia del motor.	Calentamiento excesivo y falta de potencia.	Trabajo normal del motor.	Trabajo normal del motor.	Aumento en el consumo de gasolina y falta de potencia en el motor.	Trabajo normal del motor.
NTREGA DE IEZAS USADAS	No cambió piezas.	SI (*)	No cambió piezas	NO	No cambió piezas.	SI (+)
IEMPO MPLEADO	20 minutos	5 horas	20 minutos	4 horas	4 horas	5 días
OSTO TOTAL	$ 50.00	$ 907.50	$ 80.00	$ 330.00	$ 200.00	$ 1,925.00

(*) El taller consideró necesario colocar el filtro de gasolina entre la bomba y el carburador, no siendo necesario porque la unidad tiene uno a la salida del tanque de gasolina. Además de anexar este filtro, no lo aseguraron bien (le faltaron las abrazaderas), con peligro de zafarse algún lado de la manguera y provocar incendio del automóvil, debido a la caída de gasolina sobre el motor caliente.

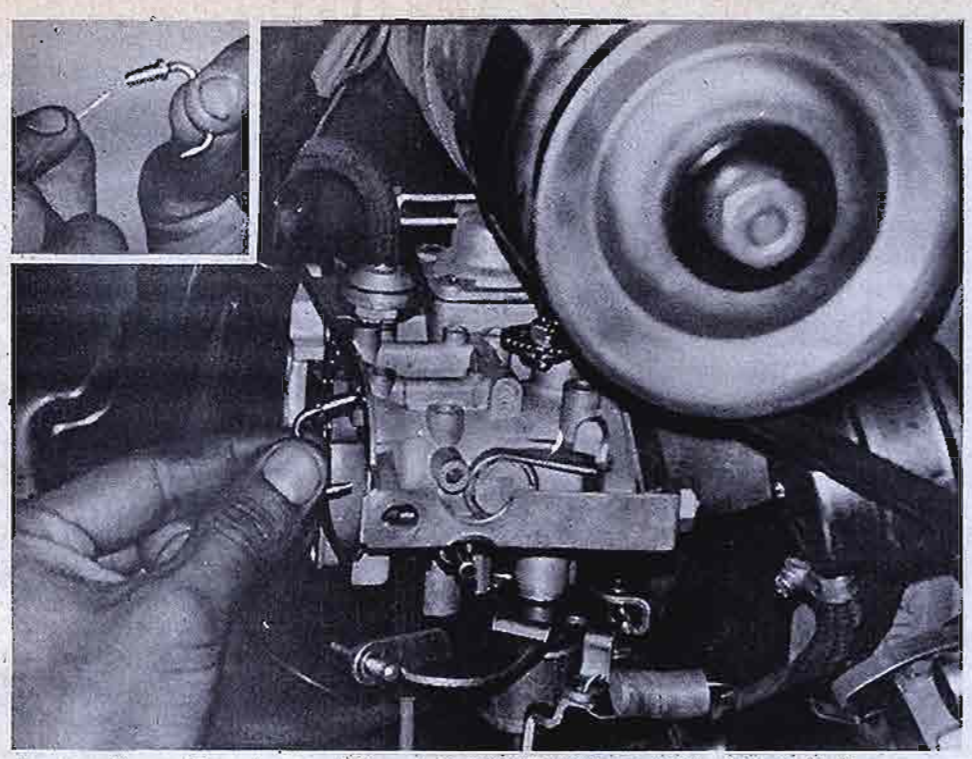
(+) Las piezas entregadas por el taller corresponden a las descritas en el punto 3, siendo las mismas que traía la unidad ya que se marcaron por técnicos del CAO.

s anteriores se hubiesen sumado
del recalentamiento, y entonces
l modol... otra vez al taller...

inútil cambio de iezas

El "Servicio Automotriz Victoria" eda en Colonia Del Valle. Allí nos endió un mecánico apodado Cantarrecio" que — se ignora si r ser coherente con su apelativo demostró gran entusiasmo por la afinación. Nos escuchó atentamente, revisó con cuidado el distribuidor, verificó el contacto y dio su diagnóstico: había que afinar el motor. Cuando tres horas después regresamos a recoger el vehículo nos informó que el inyector estaba tapado y que había sido necesario cambiarlo. El mismo destino habían sufrido cuatro bujías, un juego de platinos, un condensador, un filtro de gasolina, un filtro de aire (piezas que habían sido instaladas recientemente) y un juego de juntas del carburador.

El Sr. René González, encargado del taller, nos proporcionó una nota de remisión sin los requisitos exigidos, pero a solicitud nuestra entregó la factura correspondiente, sumando el IVA al monto total. Pagamos los 907,50 pesos que insumió la reparación, y con la avería arreglada retomamos nuestro itinerario llevándonos, como consuelo, las flamantes piezas que habían sido cambiadas. Además del costo en horas y pesos, luego comprobamos que el encendido superaba en alrededor de 6 puntos su nivel normal.



Una basurita en el inyector permitió que algunos talleres demostraran su capacidad.

RECOMENDACIONES A LAS AUTORIDADES

* Es absolutamente imprescindible la existencia de una reglamentación que controle y limite la anarquía y deshonestidad con que operan los talleres de servicio automotriz.
* De no existir la figura jurídica aplicable deben intentarse mecanismos administrativos que podrían estar a cargo de Secom u otros organismos.
*Los programas de auditoría en la calidad de los servicios de reparación deben ser continuados e intensificados. La denuncia constante de los abusos alertará al público y seguramente moderará la actitud de los prestadores de servicio.
*El altísimo e innecesario gasto que se carga al consumidor justifica la promoción de talleres de servicio automotriz por parte de cada uno de los organismos del Estado, Congreso del Trabajo, asociaciones profesionales,etcétera.

Una reparación en tiempo y presupuesto

En el "Auto Servicio Limón", el mecánico (posiblemente el encargado) nos pidió que pusiéramos el switch después de interiorizarse de los "síntomas". Luego procedió a desarmar el carburador y al soplar el difusor comprobó que estaba obstruido. Como su ayudante logró destaparlo descartó el cambio de pieza, y la falla quedó eliminada en tan sólo 15 minutos.

Después de pagar 80 pesos fuimos a ver a los expertos para que comprobaran el estado del carro. Por primera vez todo estaba en perfectas condiciones. Con el ánimo fortalecido nos encaminamos hacia el próximo objetivo.

El Sr. Enrique Gómez V., encargado de la recepción de vehículos del "Servicio Automotriz Aparicio" nos pidió que le dejáramos el carro y que lo llamásemos unas horas después. Al hacerlo nos comunicó que ya se había reparado la falla y cuando fuimos a retirar el automóvil se nos informó que el "Cuerno" (una pieza del carburador que tiene esa forma, según nos explicaron) estaba tapado y que se había cambiado el inyector. En cuatro horas la avería había sido corregida a un costo de 330 pesos. Tal como lo diagnosticó el examen posterior, el carro quedó en buen estado.

En el "Servicio Automotriz Moreno", ubicado en Tacubaya, también debimos dejar el automóvil. Cuando regresamos, el tubo de inyección había sido destapado. Según el mecánico el arreglo había consistido en reparar el carburador y checar platinos, lo que tuvo un costo de 200 pesos. Si bien la falla fue eliminada, nuestros expertos descubrieron que el tiempo de encendido estaba en cero grados y que las revoluciones del motor superaban el nivel normal. Las consecuencias de la "corrección" para algún automovilista desprevenido no hubiesen demorado en presentarse: mayor consumo de combustible y falta de potencia.

El taller "autorizado de fábrica"

Al fin llegamos a una concesionaria Volkswagen, "Taxqueña Automotriz, S.A.", ubicada en la colonia Rosedal. El señor Soto, asesor de Servicio, nos aconsejó que a la unidad se le hiciera el servicio completo. Le contestamos que "se efec-

COMO DEBE OPERAR UN TALLER DE REPARACION AUTOMOTRIZ

•**Recepción de la unidad-** El cliente debe ser recibido por el asesor de servicio o por el encargado o jefe de taller, y en última instancia, por el dueño. Lo importante es que un representante capacitado se responsabilice por el trabajo.

•**Diagnóstico-** Al asesor de servicio le corresponde interiorizarse de los "síntomas" del carro, verificarlos, detectar las fallas y dar las recomendaciones correspondientes.

•**Orden de reparación-** Debe consignar un inventario de los accesorios del vehículo y de los daños que presenta al ser dejado en el taller, como así también los datos del automóvil y de la persona que lo entrega. Aquí se establece el tipo de reparación a realizar, el costo aproximado y el tiempo prometido de entrega. Se proporcionará al cliente un comprobante de esta orden.

•**Entrega de la unidad-** Se hace efectiva una vez realizada la reparación; al pagar, el cliente debe exigir que la factura contenga los costos de mano de obra y el detalle de las piezas cambiadas. También deben entregarse las piezas usadas que se reemplazaron.

Usted debe exigir que estos pasos se cumplan. No firme nada en blanco y cuide que comprobantes y facturas estén en orden. Necesitará de ellos para cualquier tipo de reclamo.

¿Cuánto cuestan los talleres a los consumidores?

Nuestra investigación ha permitido comprobar algo que todo el mundo sospecha: entre los talleres automotrices existe una sideral diferencia de precios que no es función directa de las condiciones operativas de cada establecimiento sino que resulta de la valoración comercial hecha por sus encargados. Como a cualquier cliente le es más fácil aceptar un determinado presupuesto si se lo justifica, la solución es rápida: se presentan diagnósticos complejos, se detectan fallas inexistentes.

En el caso investigado la avería podía repararse sin necesidad del equipo especializado en un tiempo de 15 a 20 minutos; el costo de mano de obra no debía superar los 100 pesos y el precio total —si se optaba por reponer el inyector— era de 171 pesos. Sin embargo, nuestra investigación demostró que se cobraba mucho más llegando el excedente a un promedio de 412,15 pesos. ¿Sabe usted a cuánto asciende esta cifra si tomamos en cuenta que cada uno de los 5 mil talleres del D.F. repara mensualmente entre 280 y 525 automóviles? Pues se estima que en el conjunto de 1 millón 400 mil automoviles de la capital, se paga además de lo justo— entre 577 y 1,082 millones de pesos por mes.

Por otra parte, si consideramos el costo por las demoras provocadas por cada taller, 1 millón 300 mil pesos se suman a esta erogación mensual. Y esto, tan sólo en el D.F.

Las reparaciones efectuadas en los talleres eran checadas en el Centro de Adiestramiento de Operadores (CAO).

tuara lo necesario para dejarlo bien", firmamos la factura en blanco que se nos extendió y provistos de nuestro talón-comprobante dejamos el automóvil prometiendo comunicarnos horas después.

A los cinco días nuestro carro estaba listo. Se le había hecho el cambio de aceite, un diagnóstico automotriz y un análisis de reparación y mantenimiento. Lubricado y lavado, lucía un inyector nuevo, sin obstrucción alguna. El juego de bujías, los platinos y el condensador (que con un uso efectivo de 170 kilómetros estaban en perfectas condiciones) también habían sido reemplazados.

El taller cumplió con "dejar bien" el carro. Sólo que varios de los trabajos —aunque realizados con eficiencia— no eran necesarios y que el monto de la factura, por supuesto, fue creciendo al ritmo del arrollador impulso reparador del establecimiento "autorizado de fábrica", hasta llegar a los 1,925 pesos.

Las desventuras de un carro averiado

Aquí terminó nuestro recorrido y llegó entonces el momento de las conclusiones. Aunque ellas hablan por sí mismas, hay que tener en cuenta que la reparación de la falla en cuestión se resuelve en 20 minutos a un costo máximo de 100 pesos (si no se cambia la pieza) y de 171 pesos si el inyector es reemplazado.

La primera verificación, es que sólo el 16 por ciento de los talleres investigados (uno sobre seis) efectuó correctamente la reparación y en el costo y tiempo previstos. Como contrapartida, la misma proporción de establecimientos (uno de seis) no realizó arreglo alguno y si bien cobró un precio bajo, creó nuevos problemas al alterar el tiempo del encendido.

Una gran parte de los establecimientos (el 66 por ciento) llevó los precios por las nubes, cobrando hasta el 150 por ciento más que el taller que sí reparó el automóvil. Y el más caro de todos fue el establecimiento concesionado de marca Volkswagen.

Tres de cada seis talleres alteraron innecesariamente el encendido con las consiguientes consecuencias negativas y el 66 por ciento emplearon mucho más tiempo que el requerido; **también en este rubro las palmas correspondieron al taller autorizado que demoró ni más ni menos que cinco días para una reparación que insume 20 minutos.**

Y por fin, el 33 por ciento cambió piezas en buen estado que nada tenían que ver con la reparación requerida ¡aunque la falla fue eliminada ¿quién está en condiciones de darse semejantes lujos?

Las desventuras de cualquier carro averiado —y de su dueño— por los talleres del Distrito Federal no son demasiado diferentes a nuestra experiencia. Si usted quiere evitar que lo engañen, si le interesa su tiempo y no le entusiasma regalar su dinero, y si además aspira a mantener su vehículo en buen estado, abra bien los ojos, acuda en lo posible a un taller de confianza, investigue y compare antes de "caer" en cualquier parte, exija que se respeten los pasos del modo de operación (ver recuadro) y, en caso de irregularidades, no dude en recurrir a la Procuraduría Federal del Consumidor.

[L.P. Información: Subdirección Técnica, INCO.]

ENCUESTA AL PUBLICO

A usted que es buen consumidor, ¿no le llaman tacaño?

Todos sabemos que suele ocurrir; aun cuando, al menos teóricamente, las características del buen consumidor y del tacaño no revisten ni el más lejano parentesco. Es más, hasta se contraponen, en tanto que al primero se lo califica positivamente mientras que el segundo no es sino ruin y miserable. Pese a todo, ¿cuántas veces al intentar ser ahorrativo o, simplemente, al manifestarse como anticonsumista, le dijeron que era un "codo" o un "avaro"? A muchos de nosotros sí nos ocurrió, y de ahí que fuésemos a indagar qué tan claros estaban estos conceptos en el público. He aquí los resultados.

DR. GABINO VAZQUEZ,

administrador del Zoológico de Chapultepec:

El buen consumidor consume productos adecuados a los requerimientos del ser humano; el tacaño no quiere gastar en cosas que realmente necesita, como el alimento, y sólo piensa en ahorrar su dinero. Yo me considero un buen consumidor. Aquí en el zoológico se venden puras golosinas y no creo que sean innecesarias. El cuerpo humano las requiere de vez en cuando; lo importante es no abusar y consumirlas de manera higiénica.

SERGIO ZUÑIGA,

empleado federal, vive en Col. Nueva Atzacoalco, D.F.:

La base principal es saber equilibrar el dinero según como se gana, y en una época tan difícil no hay que gastar dos pesos si se gana uno. Yo no me considero buen consumidor porque, aunque doy preferencia a lo que es de primera necesidad, a veces gasto en cosas que no son necesarias.

CARMEN AGUILAR,

ama de casa, vive en Sta. María de la Ribera, D.F.:

La diferencia está clara; el primero sabe dónde y cómo comprar; el tacaño no quiere comprar ni lo necesario y todo se lo guarda. Creo que todos tenemos algo de buenos consumidores y de tacaños, pero lo importante es usar la voluntad para no comprar lo innecesario y tampoco privarse de lo que a uno le gusta.

DR. FRANCISCO JAVIER RAMOS G.,

médico residente, vive en Col. Granjas Modernas, D.F.:

Un buen consumidor es quien sabe valorar la calidad de un producto y la utilidad que pueda darle. Un tacaño vive obsesionado por conservar el dinero de modo compulsivo; también él puede valorar la calidad y la funcionalidad de un producto, pero la enfermedad es más grande que la necesidad de satisfacerse.

Yo pienso que soy un poco de las dos cosas, ya que a veces uno se vuelve tacaño ante los precios y calidad de los productos. Antes, por

ejemplo, yo fumaba mucho y pensaba que era una necesidad comprar cigarrillos; actualmente, y dado el precio que tienen, aunque sienta la necesidad, no gasto ya en cigarros y prefiero pedir uno a comprar una cajetilla.

IRMA CANO PAEZ,

estudiante, vive en San Rafael, Edo. de México:

El tacaño es muy agarrado, nunca quiere soltar su dinero y cuanto más tiene más quiere; en cambio, el buen consumidor sabe administrar el gasto, compra lo necesario para no gastar de más y tener lo suficiente. Yo soy buena consumidora porque no dejo de comprar algo que necesito por no gastar.

ALICIA ZARATE,

ama de casa, vive en Col. Nápoles, D.F.:

El buen consumidor consume buenas cosas; el tacaño no compra ni aun lo que está a buen precio para que no se le termine su dinero. Yo compro todo lo que creo necesario para mi casa y mis hijos, y como la época no es de despilfarros, procuro no gastar de más.

FRANCISCO FUENTES MADALENO,

actor y conductor de televisión:

Creo que el tacaño tiene un concepto del ahorro muy mal entendido ya que pensando tal vez en un futuro ahorra mucho más de lo debido; en cambio el buen consumidor analiza, compara los precios, elige su compra. Y en la actualidad, cuando la situación es difícil e insegura, hay que saber cuidar el dinero, lo que no quiere decir dejar de gastarlo.

Yo, sinceramente, despilfarro mucho, estoy negado para comprar ya que veo algo, me atrae y lo compro. Mi esposa, por el contrario, es buena consumidora; ella programa todo lo que gasta.

RAUL PRIETO,

periodista y crítico:

Las diferencias son muy claras. El buen consumidor es aquel que ordena su gasto. Por ejemplo, en una casa habrá que comenzar por preparar un menú apropiado e higiénico, por lo que si se requieren dos zanahorias y una papa, sólo hay que comprarlas en esa cantidad y no de modo que se desperdicie. Y esto, de ninguna manera puede caracterizarse como tacañería. Por el contrario, quien sabe ordenar y prever los gastos organizadamente, es un buen consumidor. Yo creo que lo soy porque no me dejo atrapar por las ofertas de los supermercados o por todos los productos que están cerca de la caja esperando engancharnos. Porque la trampa del consumismo reside en que no es el consumidor quien posee la mercancía sino que la mercancía posee al consumidor.

EMMA ALFARO,

ama de casa, Col. San Miguel, Chapultepec, D.F.:

Digan lo que digan, una cosa es tratar de comprar más barato y otra, muy distinta, es no querer comprar. Yo soy buena consumidora; trato de ahorrar lo más posible pero sin dejar de gastar en lo que es verdaderamente necesario.

VICTOR MUÑOZ,

mensajero,, vive en Colonia Pensilvania, D.F.:

Yo considero que no soy ni lo uno ni lo otro. Pero está claro que al buen consumidor es quien sabe lo que debe comprar mientras que el tacaño se va de filo y no compra para no gastar.

Información: (Patricia Segura)

"EL BUEN CONSUMIDOR COMPRA POR NECESIDAD Y NO POR NECEDAD": ARMANDO FLORES

En opinión de nuestro entrevistado —jefe del Departamento de Promoción Directa dependiente de la Subdirección de Promoción Social del INCO— es innegable que hay gente que confunde el significado de ambos términos. **"El buen consumidor —afirma— no es aquel que compra mucho o qué aprovecha todas las ofertas creyendo hacer buenas compras, sino que es quien compara, y busca, no sólo el mejor precio sino la mejor calidad".** Y agrega: **"aunque para algunos sea confuso, está claro que esto no significa llegar a la tacañería. Por ejemplo, si al ir a comprar una camisa, uno analiza qué porcentajes de poliéster y de algodón tiene, no se trata de haberse convertido en un tacaño sino de buscar el artículo más adecuado".**

En cuanto a la política del INCO en este sentido, el licenciado Flores sostiene: **"el Instituto no está en contra de aquellas personas que, según sus necesidades, adquieren cinco pares de zapatos al año o 15 camisas, sino de la gente que, aun teniendo necesidades y medios para satisfacerlas, no lo hace para ahorrar su dinero. Hay ocasiones en que el tacaño, con tal de ahorrarse unos pesos, compra un producto a precio muy bajo sin fijarse en la calidad; lo malo es que luego debe gastar el doble porque invirtió mal y el artículo no le duró. Tampoco se opone el Instituto a que la gente recurra a las diversiones, que son un derecho y una necesidad de cada uno. La cuestión reside en saber cómo divertirse a precios accesibles y que no representen un alto porcentaje de nuestros ingresos. Lo criticable del tacaño es que, aun existiendo esa alternativa social de diversión, no la use para no gastar".**

Finalmente, el licenciado Flores manifiesta: **"la clave está en la justificación para adquirir un producto ya que no se trata de comprar sólo para adquirir prestigio social o estatus. Quien compra todo lo que la moda indica —y no por necesidad sino por necedad— no puede ser catalogado como un buen consumidor; éste, por el contrario, sabe situarse en el justo medio entre sus necesidades y sus ingresos".**

Para terminar, el licenciado Flores recuerda el caso de un consumidor que quizá pudiera considerarse tacaño o, al menos, desubicado. "Era un viejito como de 70 años que vino a quejarse porque le vendían unos lava ojos a 24 pesos, lo que él consideró un robo ya que en sus tiempos costaban cinco o seis pesos cuando mucho. Se quejó argumentando que cómo era posible que ni el Gobierno ni el Instituto hicieran nada para evitar esos abusos".

ESTU DIO COMPARATIVO DE BOLI(GRAFOS, PLUMINES Y MA RCADORES

Con buen uso, larga vida

Mucha tinta corrió sobre papeles y cuadernos desde aquellos tiempos de la pluma de ave. Hoy el cetro indiscutido lo tienen bolígrafos, marcadores y plumines. Sin embargo, al ser fabricados con derivados del petróleo, el despilfarro amenaza su reinado. Este estudio del INCO ayuda a usarlos racionalmente, eligiendo los mejores y sabiendo cómo conservarlos.

Tal vez precisamente porque están incorporados a la vida cotidiana y porque obtenerlos y reemplazarlos es simple y económico, a casi nadie se le ocurre pensar que llegará un día en que estos productos escaseen y que—como siempre sucede en estas ocasiones—su propiedad se transformará en privilegio de unos pocos. ¿Se imagina a un caballero enamorado ofreciendo a su dama una caja de marcadores indelebles a modo de la joya más preciada? Sin llegar a extremos tan risibles, lo cierto es que el volumen vendido se ha incrementado continuamente en los últimos años y que si se sigue este ritmo —de unas 2 mil toneladas de materia plástica como promedio anual— las reservas petroleras (inmensas, pero agotables) mermarán mucho más de lo aconsejable.

En México hay 14 fabricantes de bolígrafos, plumines y marcadores. Siete de ellos (que con sus distintas marcas cubren el 85 por ciento de la producción) aceptaron participar en nuestro estudio. Entre los 44 modelos investigados el 41 por ciento es fabricado por la empresa Wearever, el 2 por ciento por Gillette, repartiéndose el resto entre Oxford Pendaflex, Plumibol, Ther, Berol y Productos Pelikan.

Según la Asociación Mexicana de Fabricantes de Instrumentos para Escritura y Similares S.A. (AMFIES), en 1979 la producción total de bolígrafos fue de 177 millones y la de plumines y marcadores alcanzó los 68 millones. De acuerdo al ritmo de crecimiento que registra la demanda puede estimarse que la primera superará este año los 200 millones y la segunda bordeará los 85. A un promedio de cuatro de estos implementos por habitante, alrededor de 85 millones de pesos se gastan anualmente en derivados del petróleo. Por otra parte, su carácter "desechable" los incorpora a los contaminantes ya existentes, con la agravante de que la planta reprocesadora de

desechos, ubicada en San Juan de Aragón, resulta insuficiente.

Hay que saber de qué se trata

Reconozcamos que cuando alguien compra unos de estos instrumentos, por lo general ignora sus características. Además de que no siempre uno se ha preocupado por averiguarlas, en la mayoría de los casos el producto —o su empaque— no informan sobre ellas. Aun dentro de un mismo tipo, las diferencias de precios suelen ser muy amplias, llegando a una dispersión del 160 por ciento. Frecuentemente se relacionan con la forma, el colorido y con aditamentos de relativa utilidad, pero pocas veces con aquello que hace a la duración y al rendimiento.

Comencemos por el principio. ¿En qué se diferencian bolígrafos y plumines? Ambos poseen elementos comunes, como la tinta, el depósito y el punto. Sin embargo, la clave está en el sistema de alimentación del punto: mientras en los bolígrafos es rodante y la tinta llega por medio de canales, en los plumines hay contacto directo entre el depósito y el punto que se alimenta por capilaridad y está siempre mojado. Hay un nuevo producto, el **'Rolipen'**, que combina, el punto rodante del bolígrafo y el sistema de alimentación del plumín.

De acuerdo con los resultados, los **bolígrafos** de mayor duración son los de la marca **Mirado** (puntos medio y fino) y Bic modelo **290**, mientras que el récord más bajo es el **Ideal X-22.**

Rolipen de Berol (que rinde más como plumín que como bolígrafo) y **Flair** de Gillette son los **plumines** que más duran; y **Fantasy** de Berol y **Markana 3030** de Pelikan los de vida más corta.

Entre los **marcadores** no se registran diferencias significativas aunque se constató que a mayor tamaño del punto, mayor es la cantidad de tinta depositada en el papel, independientemente del tamaño del depósito.

Un defecto a considerar es que en algunos productos el punto se sumió, impidiendo la continuación de la prueba. Esto sucedió con los bolígrafos de punto extrafino (a excepción del **(FC—490** de Bic); los plumines que sufrieron mayor desgaste del punto son el **Nova Ultrafino** de Berol y el **Micropunta** de Pelikan.

En segundo lugar hay que tener en cuenta que, más allá de las diferencias de precios, el sistema de funcionamiento es igual entre instrumentos del mismo tipo. Los bolígrafos se dividen de acuerdo con la cantidad de elementos metálicos que contengan; los plumines según se usen para escribir o dibujar y, a la vez, por el grosor de su punta; los marcadores, además de este último aspecto, pueden ser indelebles (que no se corre la tinta), o no.

Claro que frecuentemente usted no tiene demasiada información al hacer su compra. En especial cuando se venden sin empaque, no se señala en el cuerpo del producto ni el modelo, ni el uso, ni el color de la tinta, ni el tamaño del punto, y en ocasiones tampoco la marca. En nuestro estudio observamos que los bolígrafos modelos **Ideal X-20** y **X-27** de Wearever, así como el marcador que tiene forma de silbato, de Oxford-Pendaflex, carecían de estas indicaciones. Si a esto se suma que por lo general estos productos se venden sin la correspondiente nota que indique fecha, precio y lugar, se concluirá que el consumidor está bastante desprotegido. Por lo demás, sólo Plumibol otorga garantía incondicional en el modelo **'Futura'**, de la marca Paper Mate; el resto de los fabricantes no garantizan sus productos.

Las pruebas realizadas para determinar la duración consideraron los

SEPA COMO USAR...

...los bolígrafos

● No es conveniente escribir en forma continua durante un tiempo muy prolongado. La temperatura que adquiere el punto puede provocar desprendimiento de grumos.

● Si se utiliza uno de punto extrafino es recomendable darle un giro de 90 grados cada 10 renglones. De este modo, al ser pareja la deformación del portapunto, se evitará que se suma el punto.

● En caso de tener que escribir con el cuaderno recargado en la pared, incline el bolígrafo hacia arriba; si no lo hace, no alcanzará a completar un renglón.

● Cuide que la tapa esté colocada, y si se trata de un bolígrafo con sistema retráctil, que el punto quede dentro del barril, especialmente cuando guarda estos implementos en su bolsa o portafolios.

...los plumines y marcadores

● No los presione demasiado ya que la punta se deforma y produce un trazo grueso. En los plumines de punto extrafino o ultrafino, éste se puede sumir inutilizando el producto.

● Los aprovechará mejor si los usa para la función que se indica en el empaque (dibujo o escritura)

● No los deje destapados. Al aire libre pueden secarse; en una bolsa harán un gran manchón.

● Si escribe con un marcador de tinta indeleble coloque un cartón o tres hojas debajo de la que está usando. Recuerde que los modelos Jumbo y Ofi-Markalo de Oxford-Pendaflex presentan riesgos de inflamabilidad.

CUADRO COMPARATIVO DE PLUMINES

MARCA	MODELO	PUNTO			ESCRITURA	
		TAMAÑO (1)	DESGASTE (2)	FRAGILIDAD (3)	CALIDAD (4)	DURACION (HOJAS) (5)
BIC	C 250	MEDIANO	REGULAR	NORMAL	REGULAR	70
FLAIR	SIN MODELO	EXTRAFINO	NORMAL	NORMAL	BUENA	100
FANTASY	SIN MODELO	GRUESO	REGULAR	NORMAL	BAJA	50
NOVA	EL DESLIZADOR	MEDIANO	NORMAL	NORMAL	REGULAR	90
	EXTRAFINO	EXTRAFINO	REGULAR	FRAGIL	REGULAR	85
	ULTRAFINO	FINO	EXCESIVO	FRAGIL	REGULAR	90
ROLLPEN	SIN MODELO	FINO	NO PRESENTA	FRAGIL	BUENA	170
WEAREVER	303	MEDIANO	NORMAL	FRAGIL	REGULAR	93
	401	FINO	REGULAR	FRAGIL	REGULAR	93
	3010	MEDIANO	NORMAL	FRAGIL	REGULAR	70
	4010	MEDIANO	NORMAL	NORMAL	REGULAR	70
PELIKAN	CHAMPION	FINO	NORMAL	NORMAL	BAJA	63
	MICROPUNTA	EXTRAFINO	EXCESIVO	FRAGIL	BAJA	75
MARKANA	3030	MEDIANO	REGULAR	NORMAL	BAJA	75

(1) De acuerdo al ancho del trazo al inicio de la prueba de escritura
(2) Relación entre la longitud inicial del punto y la final después de la prueba de escritura
(3) Fragilidad del punto a la caída sobre el mismo
(4) Obtenida tomando en cuenta los efectos y cambios que sufre la tinta (intensidad, dilución, etc.)
(5) Una hoja escrita equivale a 10 m lineales de escritura

CUADRO COMPARATI

MARCA	MODELO	TAMAÑ (1)
FANTASY	ACUA-COLOR	FINO
WEAREVER	305	FINO
PELIKAN	MAXI-PUNTA	FINO
OFI-OXFORD+	JUMBO	GRUES
OFI-MARKALO+	SIN MODELO	MEDIA
SIN MARCA+	SIN MODELO+	MEDIA

(+) Marcadores de tinta indeleble

(1) De acuerdo al ancho del trazo al inicio de la p de escritura
(2) Relación entre longitud inicial del punto y la f al término de la prueba de escritura

elementos que la determinan: desgaste del punto (midiendo los metros escritos por cada instrumento), velocidad, presión aplicada al escribir e inclinación del implemento.

La tinta puede secarse ...o correrse

Dejar los plumines o marcadores sin la correspondiente tapa suele crear problemas. Por un lado, los manchones en las bolsas, que en la mayoría de los casos no responden a la capacidad de escurrimiento de los productos sino al descuido de sus dueños. Por otra parte, a veces la tinta cambia de color (aunque éste se recupera al escribir con continuidad) o simplemente se seca.

En las pruebas realizadas se comprobó que los plumines y marcadores que se secan si se les deja destapados de un día para el otro son: el modelo **Flair** de Gillette, el **Fantasy** de Berol y el **401** de Wearever, entre los de color negro. Y en todos sus colores, el **acua-color** de Berol, los modelos **3010 y 4010** de Wearever y los productos **Jumbo** y **Ofi-Markalo** de Oxford-Pendaflex. En todos estos casos, aunque al principio pintan, en pocos minutos quedan absolutamente inservibles.

Que las hojas se manchen es otro de los riesgos. Sin embargo los modernos implementos aventajan con creces a la pluma fuente, al menos en algunos aspectos. El estudio demostró que el tiempo de secado de la tinta es lo suficientemente breve como para no presentar problemas. Sí se presentan algunos inconve-

DE "MARCADORES"

PUNTO		ESCRITURA	
DESGASTE (2)	FRAGILIDAD (3)	CALIDAD (4)	DURACION (HOJAS) (5)
REGULAR	NORMAL	REGULAR	80
REGULAR	NORMAL	BAJA	78
REGULAR	NORMAL	BAJA	75
REGULAR	FRAGIL	BAJA	70
REGULAR	FRAGIL	BAJA	70
REGULAR	FRAGIL	BAJA	70

(*) Forma de silbato

(3) Fragilidad del punto a la caída sobre el mismo
(4) Obtenida tomando en cuenta los efectos y cambios de la tinta (dilución, intensidad, etc.).
(5) Una hoja escrita equivale a 10 m lineales

nientes causados por la penetrabilidad de la tinta: es lo que sucede con los marcadores de Oxford Pendaflex (modelos **Jumbo Ofi-Markalo** y el que tiene forma de silbato) en los que la penetración llega hasta la segunda hoja colocada debajo de la escritura.

Otra de las pruebas efectuadas midió la dilución de la tinta a partir del goteo de agua o café. El efecto no se presentó en la totalidad de los bolígrafos ni en los marcadores de tinta indeleble. Sí se registró en plumines y marcadores no indelebles, alcanzando 8 cm² el área de expansión producida en el modelo con forma de silbato de Oxford Pendaflex.

Accidentes, pérdidas y repuestos

¿Cuál es el efecto de las caídas —que suelen ser bastante frecuentes— sobre estos instrumentos? Los bolígrafos no sufren mayores alteraciones (salvo el sistema retráctil de los modelos **X-20** y **604** de Wearever) mientras que en algunos plumines las consecuencias son críticas: al caer de punta el modelo **401** de Wearever y el **Rolipen** de Berol quedan por lo general inservibles. En el resto de plumines y marcadores, desde la primera caída se producen deformaciones en el punto.

Hay quienes sospechan que el mecanismo retráctil es uno de los flancos débiles de los bolígrafos. Sin embargo, sólo un modelo (el **604** de Wearever) presentó fracturas en las pruebas correspondientes. Más frecuente es la posibilidad de pérdida por la separación entre el clip sujetador y el cuerpo del bolígrafo; en este sentido los más defectuosos son los tres modelos de Bic (**M-250, F-290 y FC-490**), el **Mc Gregor** de Plumibol y los productos **658, 955 y X-22** de Wearever.

Uno de los inconvenientes de estos implementos es la gran cantidad de modelos considerados "desechables" ante la imposibilidad de cambiarles el repuesto. Esta situación es más comprensible en el caso de plumines y marcadores debido a las características de su cartucho y de su tinta (aunque pueden recargarse con una jeringa llena de tinta especial.

Por el contrario, no tiene demasiada lógica que existan en el mercado bolígrafos a los que resulta imposible cambiar el repuesto (modelos **657, 658 y 945** de Wearever) y otros en los que es muy difícil debido a lo complicado del mecanismo (**X-22, 602 y 604** de Wearever). Los que no presentan ningún problema con respecto a esta cuestión son los siguientes: **M-250, F-290** y **FC-490** de Bic; **606, X-18, X-20, X-25, X-27, 922 y 605** de Wearever; **R-15** de Pelikan; **Mirado** extrafino, fino y mediano de Berol y los cuatro modelos de Plumibol (**717, Paper Mate, Mac Clif fino y mediano**).

Después de leer esta nota, seguramente será más fácil elegir el bolígrafo, plumín o marcador que corresponda a sus necesidades. Recuerde siempre exigir la nota correspondiente y optar por aquellos con marca y con repuestos. Luego, la cuestión reside en saber usarlos. Y, por supuesto, corte de cuajo algunas costumbres: ni son juguetes inservibles de los niños, ni instrumentos de garabatos inútiles, ni es cuestión de darlos alegremente por muertos cuando aún tienen una larga vida por delante.

[L.P.Información:Subdirección Técnica-INCO]

CUADRO COMPARATIVO DE "BOLIGRAFOS"

MARCA	MODELO	TAMAÑO DEL PUNTO (1)	ESCRITURA		CAMBIO DE REPUESTO	MECANISMO RETRACTIL
			CALIDAD (2)	DURACION (HOJAS) (3)		
BIC	M-250	MEDIANO	BAJA	85	FACIL	NO TIENE
	F-290	FINO	REGULAR	100	FACIL	NO TIENE
	FC-490	EXTRAFINO	BAJA	90	FACIL	NO TIENE
MC GREGOR	717	MEDIANO	BAJA	50	FACIL	CONFIABLE
PAPER MATE	FUTURA	MEDIANO	REGULAR	90	FACIL	CONFIABLE
MAC CLIC	FINO	FINO (*)	BAJA	90	FACIL	CONFIABLE
	MEDIO	MEDIANO	REGULAR	90	FACIL	CONFIABLE
MIRADO	MEDIO	MEDIANO	REGULAR	110	FACIL	NO TIENE
	FINO	FINO	REGULAR	110	FACIL	NO TIENE
	EXTRAFINO	EXTRAFINO*	BAJA	67	FACIL	NO TIENE
ROLIPEN	S/MODELO	FINO (*)	REGULAR	110	—	NO TIENE
WEAREVER	922	MEDIANO	BAJA	73	FACIL	CONFIABLE
	602	MEDIANO	BAJA	80	DIFICIL	CONFIABLE
	604	MEDIANO	BAJA	50	DIFICIL	MALO
	605	MEDIANO	BAJA	83	FACIL	CONFIABLE
	606	EXTRAFINO	BAJA	80	FACIL	CONFIABLE
	657	MEDIANO	BAJA	74	+	NO TIENE
	658	FINO	BAJA	67	+	NO TIENE
	945	EXTRAFINO*	BAJA	67	+	NO TIENE
IDEAL	X-18	MEDIANO	BAJA	68	FACIL	NO TIENE
	X-20	MEDIANO	BAJA	53	FACIL	CONFIABLE
	X-22	FINO	BAJA	32	DIFICIL	CONFIABLE
	X-25	MEDIANO	BAJA	68	FACIL	CONFIABLE
	X-27	MEDIANO	BAJA	53	FACIL	CONFIABLE
PELIKAN	R-15	MEDIANO	REGULAR	83	FACIL	CONFIABLE

(*) Fragilidad del punto a la caída sobre el mismo
(1) De acuerdo al ancho del trazo al inicio de la prueba de escritura
(2) Obtenida tomando en cuenta los efectos y cambios que sufre la tinta (intensidad, desprendimiento de grumos)
(3) Una hoja escrita equivale a 10 m lineales de escritura
(+)No se puede cambiar el repuesto

Un dudoso pasaporte al éxito

Los anuncios de las academias especializadas las proclaman como antesalas del triunfo y son muchos los ilusionados que dejan sus ahorros en los casi mágicos cursos intensivos. El problema es que, por esta vía, pareciera que el éxito consiste en algo más lejano y que el supuesto pasaporte cuesta muchos pesos. Si usted realmente quiere aprender un idioma, mantenga los pies sobre la tierra y elija —porque las hay— alternativas más baratas aunque menos hechiceras.

"Aprenda inglés mientras duerme", "Desarróllese a nivel internacional", "Entre al mundo de los idiomas", "Dé el primer paso hacia el éxito"... Si algo caracteriza a los eslogans de las academias de idiomas es su común vocación por presentarse como varita mágica hacia un universo pleno de promesas. Llegar pareciera que es relativamente simple: sólo se trata de un curso intensivo de tres meses, de sumergirse unas horas al día entre casettes, audiovisuales y películas ¡si hasta se puede aprender durmiendo! Lo único que —al menos a primera vista— no queda demasiado claro son las razones por las cuales semejante maravilla no es aprovechada y disfrutada por los miles y miles de compatriotas que no pueden sino ganarse la vida... sólo en castellano.

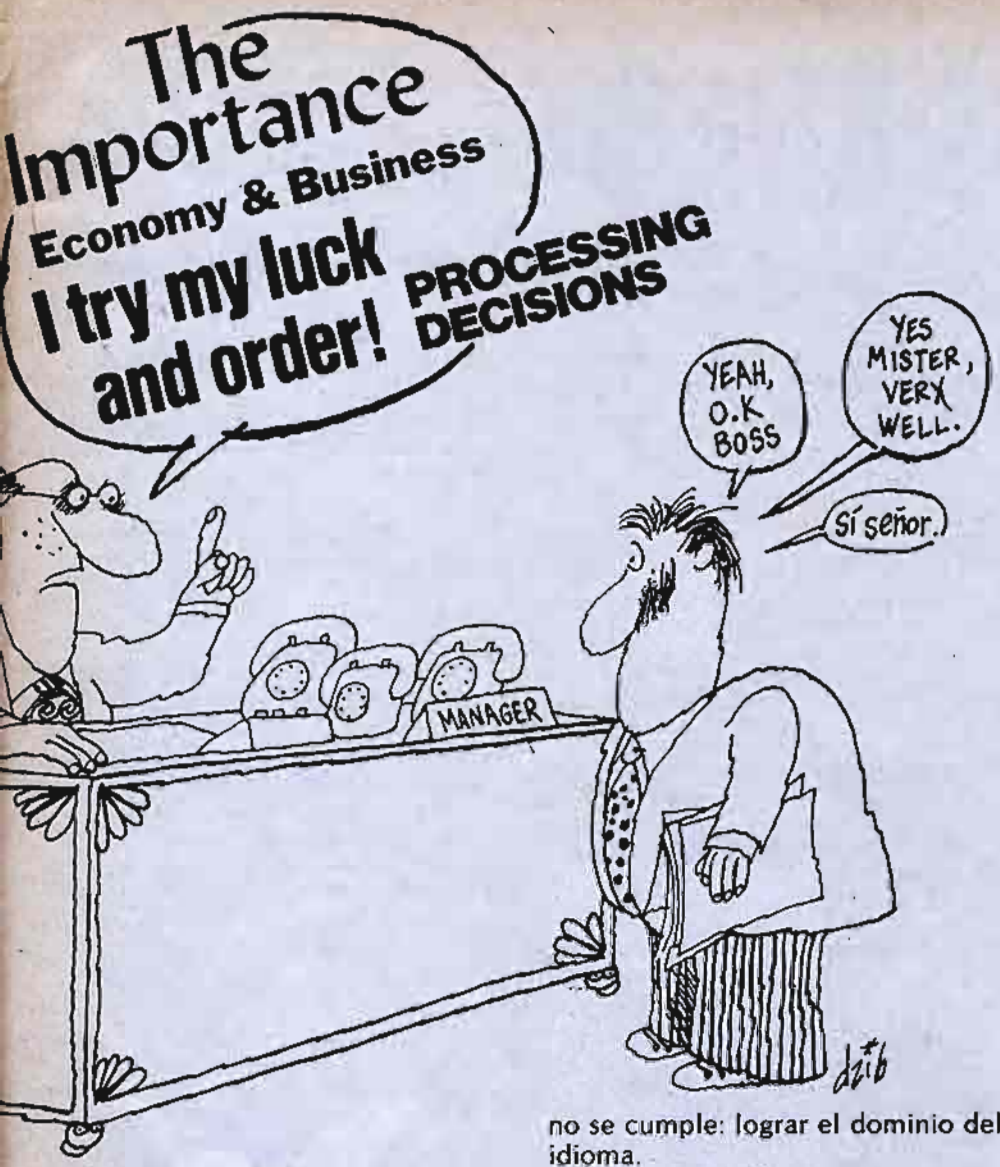
La tierra prometida

Judith García Palacios, además del español, habla francés, inglés, alemán y hebreo; o sea que, de acuerdo con los anuncios, ya tiene su pasaporte al éxito. **"Hace seis meses que busco trabajo de secretaria** —nos dice—, **pero en todas partes me piden experiencia en taquigrafía y mecanografía y, como no la tengo, me ofrecen sueldos bajos o me aconsejan que, dada mi preparación, busque otro sitio donde me paguen más".**

No negamos que se trata de un caso tal vez poco frecuente; pero lo que sí es cierto es que obtener un buen trabajo —y no hablamos ya de lograr el éxito, con mayúsculas, que es mucho más complejo— requiere una capacitación que ni se reduce ni forzosamente incluye el conocimiento de un idioma. Sí está claro —y de esto no caben dudas— que generalmente es útil, que resulta conveniente y que en algunas actividades es imprescindible. **"Hay áreas en las que el dominio del inglés es muy necesario, y yo me atrevería a decir que en el nivel ejecutivo representa el 20 por ciento del salario** —afirma el C.P. Miguel Cedillo M., gerente general de la concesionaria Volkswagen Sucursal Orvañanos—; **también lo es profesionalmente: en contaduría, por ejemplo, para hacer la maestría se exige un manejo del 70 por ciento".** Del mismo modo hay muchas otras actividades —laborales, técnicas, de investigación, etcétera— en las que se impone el conocimiento de un idioma. Pero que sea útil no significa que sea mágico, y, menos aun, que ante ese presunto sortilegio uno deje gran parte de su dinero y de su tiempo en alguna de las decenas de academias que se multiplican día a día.

Un pasaporte algo deteriorado

Sobre la base de estimular las ilusiones de triunfo alentando la aspiración a un estatus superior, las instituciones de enseñanza de idiomas despliegan una publicidad que capta a no pocos compatriotas. Tan sólo en el Distrito Federal más de cincuenta academias especializadas se disputan a los potenciales alumnos ofreciendo casi siempre velocidad y eficacia. El curso de Ecco Phone, por ejemplo —que dura cuatro meses y cuesta 8,635 pesos—, asegura un correcto manejo oral y escrito del inglés en ese lapso, certificado por el correspondiente diploma. **"Yo ya tengo dos veces tomando el mismo curso** —nos dice uno de sus alumnos— **y lo malo es que a los ocho meses no siento que domine el idioma; no sé si soy muy cerrado o si el sistema no es tan efectivo".**



Es altamente dudoso que estos resultados se originen en las presuntas incapacidades de los alumnos. Más atinado parecé atribuirlos a las falsas promesas de las academias: uno de los indicios es que la mayoría de las instituciones que anuncian "cursos rápidos e intensivos" en el momento de la inscripción anuncian la necesidad de completar cuatro o cinco cursos para "hablar verdaderamente bien".

"Yo tengo aproximadamente seis años de estudiar inglés sin lograr los resultados esperados —dice el C.P. Miguel Cedillo M.— **y calculo que ya llevo gastados unos 250 mil pesos; los últimos dos años estudié diariamente en el Profesorado Particular; sin contar libros y cuadernos, el precio giró alrededor de los 96 mil pesos, lo que mensualmente representaba más del ocho por ciento de mi sueldo".** Y lo que ocurre en este caso, como en otros, es que el gasto podría recuperarse en un sueldo considerablemente más alto, precisamente si se diera la condición que no se cumple: lograr el dominio del idioma.

Los cursos difieren en calidad, metodología, duración y precios. Los de tipo regular, que se imparten a grupos de alrededor de diez personas, oscilan alrededor de los 2,500 pesos por bimestre. El de Interlingua de México, al que se asiste dos veces por semana y dura ocho bimestres, cuesta, en total, 20,100 pesos. El de Glen Internacional, con nueve bimestres y mayor cantidad de horas semanales de clase, sale algo más de 25 mil pesos. Esta academia también ofrece cursos en las oficinas (un paquete de 100 horas) que se desarrollan durante tres bimestres y cuyo importe (47,500 pesos) se distribuye proporcionalmente entre los alumnos que conforman el grupo.

Cuando se trata de cursos individuales, los precios ascienden vertiginosamente. Los paquetes de 80 clases que imparte Lanser de México S.A. cuestan 33,176 pesos, que se incrementan en 400 pesos cada vez que la clase se ofrece en el domicilio u oficina. Con tres paquetes como éste (cercanos a los 100 mil pesos) se considera que el idioma se aprende.

Entre los cursos intensivos, el de Lanser trepa a las nubes: cuatro semanas de clases individuales que ocupan todo el día cuestan 108,500 pesos, que se incrementan a más de 130 mil cuando incluye comidas. El de Interlingua (tres horas diarias durante cuatro meses) sale en 20,100 pesos, y el de Glen Internacional (cinco horas diarias durante cuatro semanas) cuesta 5,700 pesos; claro que en este último caso se recomienda hacer tres cursos, lo que elevaría el precio a 17 mil pesos.

Si a estos costos le sumamos los incumplimientos que frecuentemente se registran, resulta claro que el camino al supuesto mundo idílico está sembrado de escollos. Una posibilidad aconsejable son los cursos impartidos por instituciones oficiales que se consignan en esta misma nota. Casi sin gastos, aquí aprenderá un idioma. Y eso sí, sin que le vendan falsos pasaportes a éxitos de celuloide.

[L.P. Información: Patricia Segura]

ALTERNATIVAS PARA GASTAR MENOS

- **CELE,** Centro de Lenguas Extranjeras de la UNAM (tel. 550 52 15, ext. 4323, y 548 09 44). Inglés, francés y alemán sólo a alumnos y maestros de la UNAM: dos horas diarias por 200 pesos semestrales. Otros idiomas, a cualquier persona, por el mismo precio.
- **ENEP,** Escuela Nacional de Estudios Profesionales (tel. 373 23 99, Acatlán; 331 11, Cuautitlán; 796 04 88, Aragón; 565 16 81, Iztacala; 765 09 68, Zaragoza). Inglés, francés, portugués, alemán e italiano para cualquier persona: una hora diaria por 500 pesos semestrales.
- **SELEX,** Selección de Lenguas Extranjeras de la UNAM (tel. 594 78 33, ext. 222). Inglés y francés a maestros y alumnos de esta Universidad y, según el cupo, también a otros estudiantes. Gratis.

Si usted quiere estudiar también puede informarse en las correspondientes embajadas, y en caso de ser empleado federal, acudir al departamento de Relaciones Industriales de la Dependencia a que pertenece.

ESCRIBEN LOS QUE CONSUMEN

Nos interesaría conocer en detalle el pequeño o gran problema que, como consumidor, le aquejó en estos días. Podemos ayudarlo a conseguir una más adecuada resolución. Para ello, puede usted acudir personalmente al Departamento de Promoción Directa en Insurgentes Sur No. 1871, planta baja, o hablar al teléfono 550 47 55 ext. 166 y 167, o bien escribir a la Revista del Consumidor, Asesoría Jurídica, al Apartado Postal 20600. México 20, D.F.

NO HAY AZUCAR

El señor **Eduardo Ocampo, de Celaya, Guanajuato,** escribe para denunciar que en su localidad es imposible conseguir azúcar, ni siquiera en las tiendas ISSSTE o Conasupo. Afirma que es urgente que alguien se haga cargo del asunto ya que nadie tiene acceso a este producto. Según su relato, no se sabe a quién vende el azúcar UNPASA. Los minoristas aseguran que no se les vende ni un saco, que el azúcar llega a Celaya y se va.

RESPUESTA

Sobre el particular, queremos informarle que, a partir del 16 de enero de este año, funciona en la ciudad de León, Gto., la Delegación de este Instituto para proporcionar información y orientación a la población de la región.

Hemos enviado copia de su carta a nuestra Delegación en León, sita en Blvd. Adolfo López Mateos No. 1782, Pte., con la súplica de atender los problemas que nos ha planteado.

NUMERO "EQUIVOCADO"

La **señora Esperanza Olvera, de México D. F.,** nos cuenta su problema con la empresa Discos Orfeón (Plaza Miravalle No. 22-5, México 7, D. F.) La señora solicitó nueve discos por correo, como anunciaba la propaganda; al ir a recogerlos recibió un paquete sellado con la leyenda "contiene nueve discos", pagó el precio convenido y, al llegar a su casa, se encontró con que sólo contenía seis discos. Ha hablado por teléfono a la empresa y escrito tres cartas, ninguna de las cuales ha sido contestada.

RESPUESTA

Recibimos su atenta carta y, desde esa fecha, nos pusimos en comunicación con la empresa Orfeón S. A. para tratar de resolver favorablemente su problema. Tenemos buenas noticias: logramos que le envíen los tres discos que le faltan, pero para eso es necesario que presente una copia del giro en que consta que usted compró nueve discos. Le suplicamos nos la envíe a la brevedad posible para que la hagamos llegar a la empresa.

VIANA Y ASTOR NO CUMPLEN

Wilfrido Nava Lara, de Tlalnepantla, Edo. de Méx. llamó al 568-87-22 del INCO para saber dónde podía obtener un televisor a bajo precio y se le informó que en Astor. Allí dijeron que se les acababa de terminar ese modelo pero que tenían otros, de mayor precio. Volvió a llamar al INCO y le informaron que Viana tenía aparatos con las características que requería. Finalmente compró un televisor en Viana por 7,249 pesos, pagó de contado y quedaron de entregarle la mercancía el día nueve de mayo porque así tenían programadas sus entregas. Pasó la fecha convenida y el aparato no llegó. Desde entonces ha llamado a los siete teléfonos que tienen para reclamaciones con el siguiente resultado: 87 veces sonaron ocupados, siete le contestaron: "un momentito" y no volvieron a contestar, mientras que en seis ocasiones le dijeron que llamara más tarde. Finalmente se presentó en la tienda, donde la señorita Maldonado, el señor Lara, el señor Romero y el señor Torres le informaron que ya no tienen ese modelo pero que puede pasar a elegir otro (a mayor precio, naturalmente).

RESPUESTA

Su denuncia acerca de los procedimientos que siguen estas empresas servirá para tomar medidas adecuadas a fin de que el consumidor, por nuestro conducto, reciba orientación e información sobre el ejercicio de sus derechos y, con plena conciencia de estas situaciones, participe activamente en la búsqueda de las posibles soluciones al problema. Lamentablemente, esta serie de irregularidades se repiten agravándose con la mala atención de los empleados y la manera irresponsable de tratar al consumidor.

Esperamos que su testimonio permita a las empresas Viana S. A. y Astor S. A. mejorar la atención al público consumidor, que es quien sostiene su actividad comercial.

CARNE EN MAL ESTADO

La **licenciada Elena de Jesús Ma-Tay Amaya, del Distrito Federal,** escribe una carta dirigiéndose al secretario de Salubridad y Asistencia, Dr. Mario Calles López Negrete, en la que manifiesta su inconformidad con las oficinas de orientación de la Secretaría y de la Procuraduría Federal del Consumidor. El domingo 3 de mayo compró en Gigante-Schiller carne preparada de cerdo; al día siguiente todas las personas que consumieron dicha carne amanecieron muy enfermas. Al margen del peligro de comer carne en mal estado la licenciada Ma-Tay relata que estuvo del 4 al 6 de mayo tratando de ubicar, por medio de las citadas oficinas de orientación, a las autoridades competentes para presentar una denuncia; de la PFC la remitieron a las Oficinas de Inspección Sanitaria de la SSA, donde después de mucho batallar no obtuvo ninguna respuesta. Se presentó personalmente el día 6 a una de las oficinas de la Secretaría ubicada en Liverpool No. 80 con un pedazo de la carne en mal estado. Allí el jefe de Alimentos Preparados le informó que la queja no procedía, que debía ir a la Procuraduría Federal del Consumidor. La licenciada concluye preguntando: "¿Cuántos días de trabajo se tienen que perder por enfermedad y luego por reclamo? ¿No le interesa en absoluto a la SSA la sanidad del alimento que se expende al público?".

RESPUESTA

Nos permitimos acusar recibo de la copia de su carta enviada al secretario de Salubridad y Asistencia, Dr. Mario Calles López Negrete, y, sobre el particular, queremos patentizar nuestro reiterado deseo de encontrar en la población consumidora una respuesta participativa como la suya, puesto que el consumidor, en el ejercicio resuelto de sus derechos, se constituye en el mejor defensor de los mismos.

Vaya nuestro reconocimiento junto a la exhortación para que, como en este caso, intervenga para dar a conocer tal tipo de irregularidades toda vez que se presenten, dando por descontado que las autoridades a las que corresponde el conocimiento de estos asuntos podrán dar respuesta oportuna a las interrogantes que les plantea.

PLANCOMER

La señora Anilú Elías Paullada, Directora Creativa de Publicidad Augusto Elías S.A., escribe en relación con el recuadro publicado en la nota de "Los bancos en el banquillo de los acusados" (Revista del Consumidor 53, pág. 39) en donde apuntamos que para reinvertir los intereses en el Plancomer se necesita una inversión mínima de 100 mil pesos. La señora Elías señala que, "de acuerdo a lo que fija la Comisión Nacional Bancaria a todos los bancos, el mínimo para invertir en un plazo medio o largo es de 10 mil pesos y se puede establecer una segunda inversión en días preestablecidos con un mínimo de 3 mil para que ahí se reinviertan los intereses del plazo largo".

RESPUESTA

Usted lo ha señalado: "se puede establecer una segunda inversión en días preestablecidos con un mínimo de 3 mil pesos para que ahí se reinviertan los intereses del plazo largo". De lo anterior se desprende que no es posible reinvertir los intereses en el mismo tipo de depósito, o al menos no considera usted esa posibilidad. Sin embargo, el anuncio de Plancomer que reproducimos en la revista hace suponer que se trata de una reinversión en el mismo depósito y no precisa lo que usted señala. (Recordemos que el artículo 5o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor señala que: "Es obligación de todo proveedor de bienes o servicios informar veraz y suficientemente al consumidor. Se prohíbe, en consecuencia, la publicidad, las leyendas o indicaciones que induzcan a error sobre el origen, componentes, usos, características y propiedades de toda clase de productos o servicios").

De cualquier manera, volvimos a investigar lo que señalamos en la revista y funcionarios de Bancomer nos explicaron algo parecido a lo que usted menciona, pero agregan que es posible reinvertir los intereses en el mismo depósito, siempre y cuando la inversión sea superior a los 100 mil pesos.

KILOS DE 900 GRAMOS

La persona con iniciales **A.D.L.R.M.** de **México D. F.** escribe para denunciar que en la tienda "Abarrotes Hermanos Soria" ubicada en Sur 159 y Oriente en la colonia Zapata Vela expenden kilos de 900 gramos. La báscula no está a la vista del público.

RESPUESTA

Turnamos la denuncia que nos expone a la Dirección de Normas Comerciales de la Secretaría de Comercio, con el fin de que verifique y, en su caso, imponga las sanciones que correspondan por las irregularidades del establecimiento a que usted hace referencia.

ETIQUETAS DUDOSAS

Olga Serit de Barrón, del Distrito Federal, cuenta el caso del colorante "Mariposa" de Fabricantes y Distribuidores Generales Colorantes Importados S. A. Esta empresa ostenta en el producto la leyenda "para teñir sin hervir", la cual da la idea que el producto puede usarse sin necesidad de poner a calentar el agua. Sin embargo en las instrucciones dice "caliente hasta que el tejido haya tomado el color deseado". La señora Barrón afirma que de esta manera los fabricantes no cumplen con la información y las características señaladas en la envoltura; por lo tanto, están violando la ley.

RESPUESTA

De su carta podemos desprender que tiene usted plena conciencia de las irregularidades que existen en la información que se proporciona al consumidor respecto de los productos que utiliza y consideramos que su denuncia servirá para combatir con mayor eficiencia este tipo de anomalías.

En tal virtud, estamos enviando copia de su misiva, así como de los anexos que proporciona, a la Dirección General de Normas Comerciales de la Secretaría de Comercio a fin de que, por conducto del Departamento de Publicidad Comercial, verifique la información que, en este caso, se da al comsumidor.

VIVIENDAS INSALUBRES

Del **Distrito Federal,** la señora **Hilda Montiel Angeles de Huichin** expone su problema y pide orientación. El lugar en que vive con su familia está invadido por cucarachas y ratas, y hay mucha humedad en las paredes por lo que su hija está constantemente enferma de la garganta. Además teme que le tiren la casa porque está en una zona en que se planea construir ejes viales. Su esposo cuenta con Infonavit desde hace nueve años, ella ha ido a las oficinas de dicha dependencia varias veces para conseguir una vivienda. Allí le informaron reiteradamente que espere el resultado de los sorteos, que es lo único que puede hacer.

RESPUESTA

Lamentamos los sucesos que nos relata, pero sin lugar a dudas, es necesaria la intervención de las autoridades sanitarias para conocer y solucionar el problema de vivienda que la ocupa. Con tal objeto estamos enviando una copia de su carta a la delegación correspondiente para que en su auxilio revise la construcción y se tomen las medidas de seguridad y sanidad que sean necesarias.

Por otra parte, le sugerimos se comunique al Congreso del Trabajo, ubicado en Ave. Ricardo Flores Magón No. 44, México 3, D. F. o bien a los teléfonos 597-80-88, ext. 214, 168, 161, 191, y 192, en donde se ha creado la Unidad de Proyectos y Asesoría en Construcción para dar servicio y orientación en la adquisición de bienes inmuebles a través de instituciones oficiales como el Infonavit, lo cual facilitará los trámites que ha iniciado.

INTERPRETACIONES A LA LEY

El **señor Vicente Peláez Ramírez, de Ciudad Obregón, Sonora** solicita información sobre uno de los conceptos contenidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Se refiere al artículo 28, último párrafo, que dice: "El comprador a plazos tiene siempre el derecho de pagar por anticipado." El señor Peláez pregunta si esto quiere decir que si es posible pagar por anticipado, es posible, consecuentemente, abonar al capital de una cuenta a plazos. En relación con esta interpretación quiere saber si es correcta y aplicable en el caso de capital proporcionado en concepto de hipoteca.

RESPUESTA

El último párrafo del artículo 28 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, sobre el cual usted tiene duda, significa que el comprador tiene la opción de cubrir uno o más abonos que se adeuden por motivo de la operación a crédito, en un solo pago antes del vencimiento de los mismos, debiendo, en todo caso, reducirse el interés ordinario sobre saldos insolutos y abonándose consecuente al capital.

En relación con el caso concreto que nos plantea, pensamos que es correcta la interpretación que usted hace ya que es un principio general del Derecho de las Obligaciones que el plazo se establece en favor del deudor, a menos que de las estipulaciones contractuales o de las circunstancias resulte que ha sido establecido en favor del acreedor o de ambas partes.

ACLARACION

Por un error aritmético, en el recuadro de la nota sobre accesorios (Revista No. 53, pág. 16) aparecieron tres cifras equivocadas: el precio de venta en fábrica de la plancha citada sería de 163.27 pesos; la utilidad para el comerciante de 48.98 pesos, y el precio de venta al público de 212.25 pesos.

LOS CONSUMIDORES NO SE DEJAN

Recórcholis

Si pretende adquirir un condominio de tiempo compartido, póngase alerta contra Acuario Inmobiliaria S. A. de Rafael Rebollar No. 60, pues en esta compañía han encontrado una nueva forma de estafar a sus clientes: no aceptan los pagos de los copropietarios de los condominios, dejan acumular las deudas para rescindir el contrato y después venden nuevamente las propiedades, denuncia la señora Guadalupe Gómez de Maldonado.

CHÍN

Parece que encontrar una tintorería seria es más difícil que hallar un trébol de cuatro hojas. Ahora se trata de la sucursal de Jiffi S.A., en Ecatepec, y de la Tintorería Isabel, de Coyoacán. En la primera, la señora Imelda Camargo mandó a limpiar un saco desde enero sin que hasta la fecha se lo hayan entregado. En cuanto a la Tintorería Isabel, la señora Lourdes Berreasabal denuncia que llevó a planchar una falda plisada y cuando acudió a retirarla los pliegues habían desaparecido. En ambos casos la actitud de los encargados es similar: se niegan a responder por los estropicios causados en sus empresas.

BANG

Cuando los vecinos de Coyoacán asisten a la panadería ubicada en Jardín Hidalgo No. 1, se encuentran con la desagradable sorpresa de que el bolillo de 50 centavos es un verdadero desastre por lo duro y pequeño, indica la señorita Beatriz García. Sin embargo, no se trata de un problema generalizado en ese lugar, sino de un truco para obligar a los consumidores a adquirir otro tipo de pan blanco, de excelente apariencia, mayor volumen y mejor sabor, cuyo precio —no reglamentado— es de un peso.

¡JULE

A pesar de que en sus anuncios afirman: "Queremos ser primeros para usted", los directivos de Sumesa no hacen todo lo posible para lograrlo. La señora Lucía Méndez Rojo señala que es la única cadena de autoservicio donde las pruebas de queso o jamón las dan de la misma porción que el cliente va a llevar; además —añade la consumidora— la mayoría de los artículos están marcados con el precio máximo al público indicado por el fabricante.

¿Y POR QUE NO UN ANUNCIO DE DULCES REGIONALES?
Podría ser así:

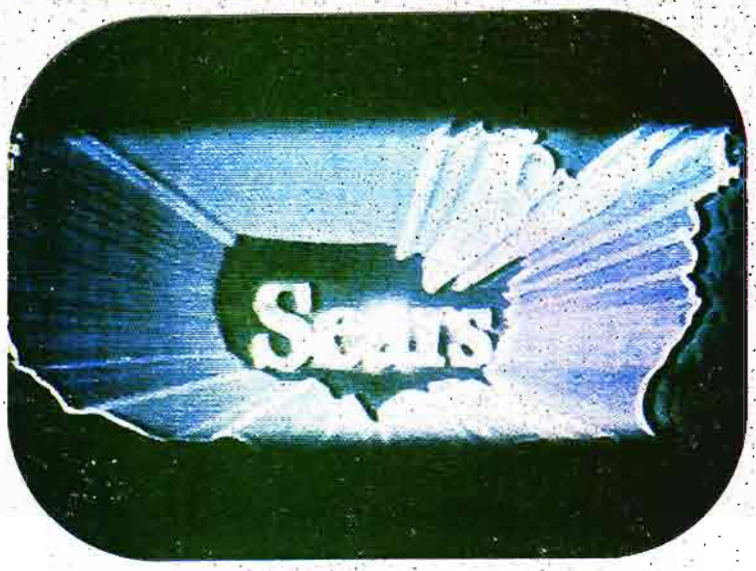
Dulces regionales

Son los mismos de siempre; aquellos de los cuales el abuelo nos hablaba.

No están de moda, nadie los anuncia por televisión y, sin embargo, han perdurado por generaciones. Desde los ates de Morelia y los camotes de Puebla, hasta las obleas de cajeta de Celaya y las cocadas de Guerrero; desde los besitos de leche de Toluca y los chongos zamoranos, hasta las alegrías y el inefable piloncillo.

No tienen aditivos químicos y usted mismo puede prepararlos en casa con fruta de la estación.

Recupere los viejos y buenos sabores; vuelva a los dulces regionales.



U.S.A. en subliminal

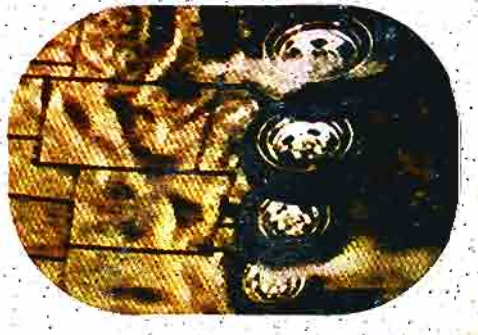
Mucho se ha hablado acerca de la penetración que los hábitos de consumo extranjeros —principalmente norteamericanos— han tenido en nuestro país apoyados por grandes almacenes de origen estadunidense.

Una muestra singular de este fenómeno lo encontramos en un anuncio de Sears. A simple vista difícilmente se descubre algo fuera de lo normal; pero una máquina especial, capaz de descomponer cuadro por cuadro las imágenes del filme, detectó lo que aparece en esta página: el mapa de los Estados Unidos que, en fracción de segundos, se transforma en el logotipo de Sears.

En otra secuencia del anuncio aparecen unas llantas rodando rápidamente sobre una superficie indefinida. Empero, al congelar la imagen se descubre la división política de algunos estados del vecino del norte.

Saltan a la vista dos cosas: una, que es un comercial producido en los Estados Unidos y que la filial mexicana. —Sears Roebuck de México— no se toma la molestia más que de producir el sonido. Otra, que la publicidad subliminal —aquella tan cuestionada en donde sólo el inconsciente registra determinadas imágenes— no ha desaparecido. Al menos en el caso de Sears sigue vigente.

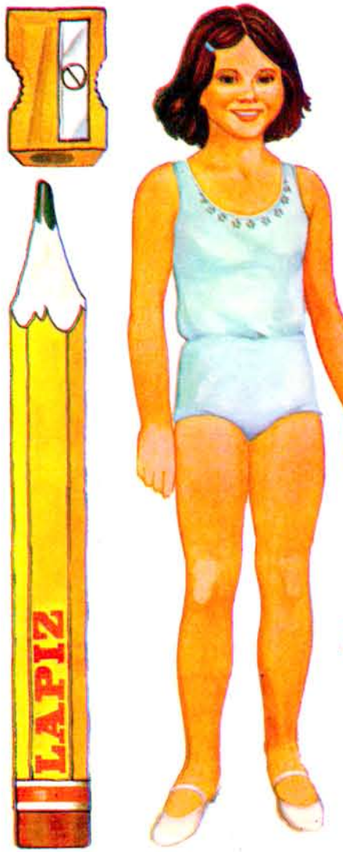
Esto viola el artículo 5°. de la Ley Federal de Protección al Consumidor que señala: **"Es obligación de todo proveedor de bienes o servicios informar veraz y suficientemente al consumidor. Se prohibe, en consecuencia, la publicidad, las leyendas o indicaciones que induzcan a error sobre el origen, componentes, usos, características y propiedades de toda clase de productos o servicios"**. Más adelante, el mismo artículo indica que: **"La información sobre bienes o servicios provenientes del extranjero estará sujeta a las disposiciones de esta Ley respecto de la cual existe responsabilidad solidaria entre la empresa matriz y sus filiales, subsidiarias, sucursales y agencias".**



Producción Miguel Barragán.

Es útil ahorrar en útiles

Esta es la lista de útiles mínimos indispensables recomendados por el Consejo Nacional Técnico de la Educación para el período lectivo 1981-82.



PRIMARIA

1er. grado

Cinco pliegos de papel manila.
Un cuaderno de cuadrícula grande, forma italiana, de cincuenta hojas.
Un lápiz suave del No. 2.
Una caja de seis lápices de colores o crayones.
Cuatro pliegos de papel lustre de diferentes colores.
Unas tijeras escolares de punta roma.
Un frasco con pegamento blanco.
Dos pliegos de cartoncillo blanco.
Dos pliegos de cartoncillo negro.
Plastilina o material moldeable.

2o. grado

Tres cuadernos de cincuenta hojas (blancas, rayadas y de cuadrícula grande), de forma italiana.
Un lápiz suave del No. 2.
Una caja con seis lápices de colores o crayones.
Unas tijeras escolares de punta roma.
Una regla de 30 centímetros.
Un frasco con pegamento blanco.
5 pliegos de papel cartoncillo en tonos claros.
Plastilina o material moldeable.

3er. grado

Tres cuadernos de cincuenta hojas (blancas, rayadas y de cuadrícula chica), de forma italiana.
Un lápiz.
Una caja con seis lápices de colores.
Un juego elemental de geometría.
Un diccionario escolar.

4o. grado

Tres cuadernos de cincuenta hojas (blancas, rayadas y de cuadrícula chica), de forma italiana.
Un lápiz.
Un bolígrafo.
Una caja con seis lápices de colores.
Un juego elemental de geometría (con transportador).
Un diccionario escolar.

5o. grado

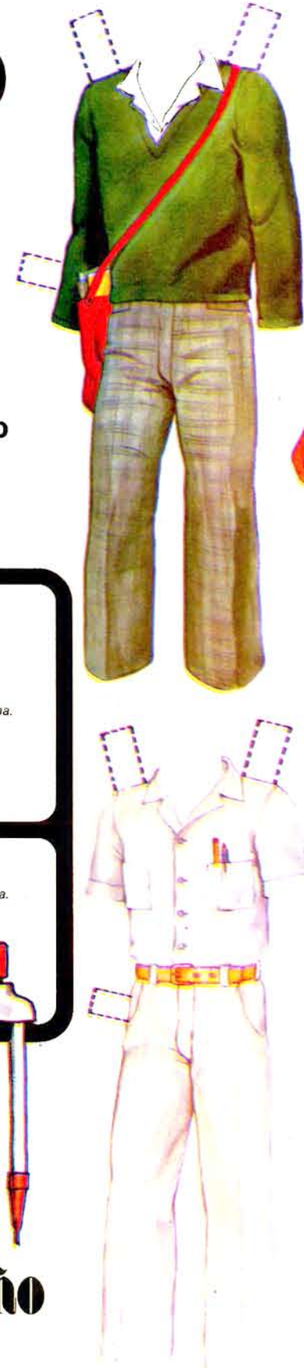
Tres cuadernos de cincuenta hojas (blancas, rayadas y de cuadrícula chica), de forma italiana.
Un lápiz.
Un bolígrafo.
Una caja con seis lápices de colores.
Un juego elemental de geometría (con transportador).
Un diccionario escolar.

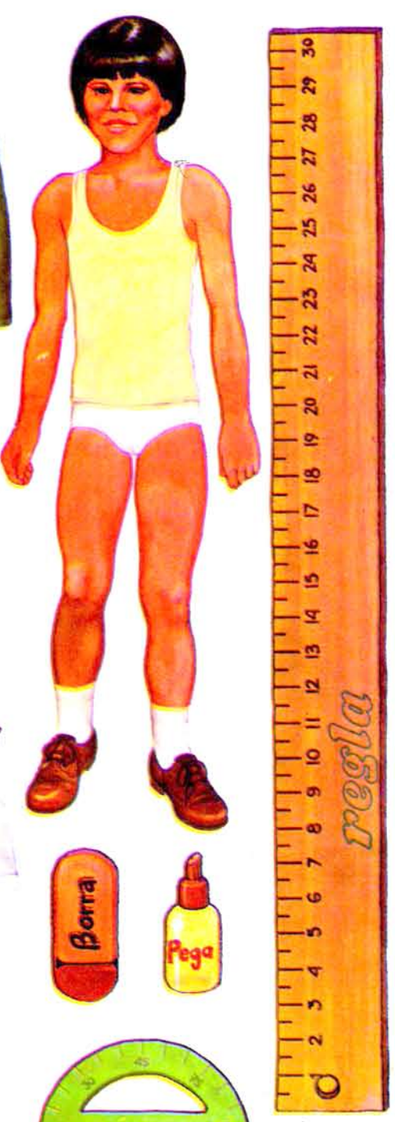
6o. grado

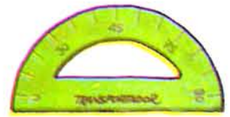
Tres cuadernos de cincuenta hojas (blancas, rayadas y de cuadrícula chica), de forma italiana.
Un block tamaño carta, blanco.
Un lápiz.
Un bolígrafo.
Una caja de lápices de colores.
Un juego elemental de geometría (con transportador).
Un diccionario escolar.

SECUNDARIA

Cuatro cuadernos rayados, tamaño carta, de cien hojas.
Dos cuadernos de cuadrícula chica, tamaño carta de cien hojas.
Un cuaderno mixto, tamaño carta, de cien hojas.
Un juego de geometría.
Un lápiz plomo mediano o duro.
Una goma de borrar.
Una caja de doce lápices de colores.
Un bolígrafo.
Eventualmente podrá pedirse una carpeta de argollas, un cuaderno pautado, pegamento, cinta adhesiva de papel, una flauta dulce.







No por mucho gastar aprovechan más el año

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CONSULTE LAS TRANSPARENCIAS DE PRECIOS QUE PUBLICA EL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR EN LOS PRINCIPALES PERIODICOS

PROGRAMA NACIONAL DE PROTECCION AL SALARIO

Sector comercio · SEP Secretaría de Educación Pública · Secretaría del Trabajo y Previsión Social · CONAMPROS